

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA**

**UNAN – MANAGUA**

**FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA**

**FAREM – ESTELÍ**

**Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas**



**Seminario de Graduación para optar al título de licenciatura en  
Administración de Empresas**

**Tema:**

**``Aportes de los servicios brindados por Pro Mujer en el crecimiento socio-económico de las mujeres de escasos recursos de la ciudad de Estelí, durante el primer semestre del 2015``.**

**Autoras:**

- **Centeno Blandón Geyselle Rakel.**
- **Moreno López Jirsing Dayana.**
- **Palma Núñez Kandyie Elizabeth.**

**Tutora: MSc. Flor Idalia Lanuza**

**Estelí, enero 2016**



## DEDICATORIA

Dedicamos esta investigación a nuestro padre celestial por estar a nuestro lado y ser el guía en cada momento y su gran misericordia y amor que tiene por nosotras; y por enseñarnos cosas buenas de cada obstáculo que tuvimos en el proceso de elaboración.

A nosotras mismas Geyselle Blandón, Jirsing López y Kandyie Palma, porque sin nuestra fuerza de voluntad y pasión por lo que amamos no se hubiera llevado a cabo ya que hemos aprendido mucho durante todo este tiempo de aprendizaje.

A las futuras generaciones estudiantiles para que tengan un apoyo de información.



## AGRADECIMIENTOS

Primeramente damos gracias a Dios por permitirnos llegar hasta este momento ya que ha sido el quien nos a regalado la vida, sabiduria y la inteligencia y la convicción de llevar a cabo este trabajo de investigación en esta universidad la cual nos orgullese.

Expresamos una gratitud especial a la docente Flor Idalia lanuza que formó parte en este proceso de formación integral por su ayuda incondicional que nos brindó y a los docentes nombrados como jurados para la evaluación de está investigación.

De igual manera a colaboradores de la institución de Pro mujer ya que ellas fueron de gran ayuda en la elaboración de esta investigación que perdurará dentro de los conocimientos y desarrollo de más generaciones que estan por llegar y a todas las personas que colaborarán de forma directa e indirectamente.

Finalmente no por ser menos importante de una manera muy especial agradecimiento eterno a nuestros amados padres que nos han apoyado de manera económica y moral, demostrandonos que todo es posible en la vida.



## VALORACIÓN DOCENTE

A través de la presente hago constar que: Centeno Blandón Geyselle Rakel, Moreno López Jirsing Dayana y Palma Núñez Kandyie Elizabeth, estudiantes del V año de la carrera de Administración de Empresas finalizaron su trabajo investigativo en el tema: ***“Aportes de los servicios brindados por Pro Mujer en el crecimiento socioeconómico de las mujeres de escasos recursos de la ciudad de Estelí, durante el primer semestre del 2015”***.

Este trabajo fue apoyado metodológicamente y técnicamente en la fase de planificación, ejecución, procesamiento, análisis e interpretación de datos, así como sus respectivas conclusiones y recomendaciones.

Es relevante señalar que la investigación sobre ***Aportes de los servicios brindados por Pro Mujer en el crecimiento socioeconómico de las mujeres de escasos recursos de la ciudad de Estelí***, es un tema que por primera vez se ha trabajado, y de igual manera no existe poca información sobre el mismo, valoro positivo el análisis de sus datos los que están relacionados con sus objetivos.

Después de revisar la coherencia, contenido y la incorporación de las observaciones del jurado en la pre defensa, se valora que el mismo cumple con los requisitos establecidos en la normativa de seminario de graduación vigente y por lo tanto, está listo para ser presentado en la defensa final.

Dado en la ciudad de Estelí a los quince días del mes de enero del 2016.

Atentamente.

-----

MSc. Flor Idalia Lanuza



## ÍNDICE

I.	INTRODUCCIÓN.....	1
1.1	Antecedentes .....	2
1.2	Planteamiento del problema .....	4
1.3	Preguntas Problemas .....	5
	Pregunta directriz: .....	5
	Preguntas específicas: .....	5
1.4.	Justificación .....	6
II.	OBJETIVOS.....	7
2.1.	Objetivo General .....	7
2.2.	Objetivos Específicos.....	7
III.	MARCO CONCEPTUAL .....	8
3.1.	Definición.....	8
3.1.1	Servicios .....	8
3.1.2	Tipos de servicios .....	8
3.1.3	Características de los servicios.....	8
3.1.4	Principios del servicio.....	9
3.2.1	Crédito.....	11
3.2.2	Importancia del crédito .....	11
3.2.3	Diversos enfoques de la función de crédito .....	12
3.2.4	El crédito como valiosa herramienta de la administración .....	13
3.2.5	El nuevo concepto de la función de crédito .....	14
3.2.6	Clasificación del crédito.....	14
3.2.7	Clasificación de la actividad crediticia.....	15
3.2.8	Norma sobre la evaluación y clasificación de activos.....	16
3.3.1	Cliente/a .....	17
3.4.1	Empresa .....	17
3.4.2	Importancia de las MIPYME .....	19
3.4.3	Microempresa .....	19



3.4.4 PAMIC aplica como elemento de clasificación de Microempresa:.....	21
3.6.1 Crecimiento Económico .....	24
3.5.2 Sistema Económico .....	28
3.5.3 Factores de Producción .....	28
3.6.1 Crecimiento Social.....	30
3.7.1 El plan de acción .....	31
3.7.2 Importancia .....	32
3.7.3 Implementación y revisión del plan de acción .....	32
IV. HIPÓTESIS .....	35
4.1. Planteamiento de hipótesis .....	35
4.2. Tabla de Operacionalización de Variables .....	36
V. DISEÑO METODOLÓGICO.....	39
5.1.1 Modalidad a la que pertenece la investigación.....	39
Según la finalidad de la investigación .....	39
Según el alcance temporal .....	39
Según el carácter de la medición .....	39
Según la orientación que asume .....	40
Métodos .....	42
5.2.1 Métodos y técnicas para recolección de datos .....	42
5.3.1 Etapas de la Investigación.....	43
Etapa I: Revisión documental .....	43
Etapa II: Elaboración de los instrumentos .....	44
Etapa III. Trabajo de campo.....	44
Etapa IV: Elaboración del informe final .....	44
VI. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....	45
6.1. Servicios brindados por Pro mujer Estelí .....	45
6.1.1. Pro mujer Estelí .....	45
6.1.4 Metodología de trabajo.....	52
6.2 Dificultades presentadas por las mujeres de escasos recursos al optar al Crédito en Pro mujer .....	52



6.3. Factores que contribuyen a mejorar el nivel de vida de las clientes de Pro mujer.....	53
6.3.1. Factores Económicos .....	53
6.3.2 Mejoras en la infraestructura de viviendas .....	56
6.3.2 Factores Sociales .....	57
6.4. Aportes de los servicios brindados por Pro mujer en el crecimiento socio-económico de las mujeres de escasos recursos .....	61
6.3. Plan de Acción para mejora continua de los servicios de Pro mujer .....	66
VII. CONCLUSIONES .....	68
VIII. RECOMENDACIONES .....	70
IX. BIBLIOGRAFÍA.....	71
X. ANEXOS .....	74



## I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo tiene como objetivo Identificar los aportes de los servicios brindados por Pro mujer en el crecimiento socio-económico de las mujeres de escasos recursos de la ciudad de Estelí, durante el primer semestre del 2015.

Este trabajo presenta los siguientes capítulos:

En el capítulo I se presenta antecedentes, justificación, el planteamiento del problema, preguntas problemas; en el capítulo II objetivos; capítulo III marco conceptual; capítulo IV hipótesis, capítulo V diseño metodológico se describe el periodo de aplicación de instrumentos para la recolección de datos que posteriormente fueron analizados a través del programa SPSS.

Para el análisis de los resultados de la información recabada y dar respuesta a los objetivos planteados, conociendo el estado anterior y actual de las clientes empresarias de Pro mujer en las cuales se desarrollan a través de sus pequeños negocios familiares con el fin de garantizar un nivel de vida estable, posteriormente a esto se determinaron los resultados con datos actualizados para ampliar el conocimiento tanto del trabajo investigativo como de la empresa de los aportes de los servicios brindados por esta institución.

Se presenta un plan de acción para mejorar el sistema operacional tanto interno como externo que ayudarán a mejorar el servicio integrado en la vida de las mujeres de escasos recursos de la ciudad de Estelí. Por último, se hace mención de la conclusión y de las recomendaciones a la institución para una mejor satisfacción en las clientes de Pro mujer creando un ambiente laboral estable y para que siga contribuyendo el crecimiento socio económico de las mujeres que han logrado sacar adelante a su familia con la ayuda del crédito de Pro mujer.

Se valida la aplicación de instrumentos a través de los anexos que se plasman en el trabajo investigativo los cuales son aplicados en la ciudad de Estelí, El Regadío, La Montañita y La Thompson.





## 1.1 Antecedentes

Pro Mujer es una Organización Internacional, líder de desarrollo que provee a mujeres en América Latina servicios financieros, de salud y desarrollo humano que típicamente están fuera de su alcance, pero que son fundamentales para romper con la pobreza. Con fácil y conveniente acceso a servicios vitales en un ambiente seguro y solidario, las mujeres ganan independencia financiera, conocimientos y auto estima para así convertirse en agentes de cambio en sus hogares y comunidades.

Fundada en El Alto, Bolivia, por Lynne Patterson, estadounidense, y Carmen Velasco, boliviana en 1990. Replicaron su programa en Nicaragua en 1996; establecieron la sede internacional de Pro Mujer en la ciudad de Nueva York en 1997; y continuaron ingresando a nuevos países en un esfuerzo por llegar a mujeres de bajos recursos en Perú (1999); México (2001); y finalmente Argentina (2005). Con cada ingreso a un nuevo país, Pro Mujer perfeccionaba y adaptaba sus programas para satisfacer las necesidades locales. (Pro mujer, 2014)

Pro Mujer en Nicaragua empezó operaciones en 1996, actualmente trabaja con más de 47 mil mujeres en 8 departamentos del país: León, Granada, Chinandega, Masaya, Carazo, Managua, Matagalpa y Estelí; Pro Mujer en Nicaragua tiene una cartera de \$15.5 millones de dólares y ofrece a cada cliente servicios integrados de crédito, capacitación y atención en salud, vitales para el desarrollo de la Mujer y de la comunidad; lo cual tiene un impacto multiplicador en los 160 mil niños y familiares dependientes.

Pro Mujer es hoy una de las más destacadas organizaciones de desarrollo y micro finanzas para mujeres en América Latina, sigue estando a la vanguardia con sus servicios innovadores e integrales, prestados en un espacio social seguro y solidario donde las mujeres tienen un respiro de las dificultades que enfrentan todos los días.

Para la elaboración de los antecedentes se revisó información general de Pro mujer – Estelí, también se visitó la Biblioteca “Urania Zelaya” en FAREM – Estelí donde se encontraron las siguientes investigaciones:



La primera investigación consistió en la “Incidencia de los microcréditos con servicios integrados, en el desarrollo socio económico de las asociaciones comunales de las mujeres de escasos recursos, otorgados por la organización Pro mujer Estelí en el primer semestre 2011, fue elaborado en el año 2012, sus autoras son: Katy Raquel Chavarría Ramírez, Erika Guadalupe Reyes Hernández, Yuri Noemí Herrera Galeano. Y sus principales conclusiones fueron que los microcréditos proporcionan oportunidades para pequeñas inversiones en autoempleo y en la creación de puestos de trabajo.

Una segunda tesis se fundamentó en el planteamiento de “Estrategias de servicios integrados para el desarrollo de negocios cruzados por Pro mujer Nicaragua en el primer semestre del año 2012”, elaborado en el año 2012, su autora fue: Diana Scarlett Alaniz Flores, en donde determinó que las estrategias más destacadas se dieron en la parte administrativa en la cual se administrarían dos empresas, creando nuevos manuales en los que se detallan el manejo de cada una. Además, de ampliar la gama de productos ofertados tales como el crédito individual y agropecuario.

Una última tesis, consistió en los “Efectos en la aplicación de las normas de control interno en los procedimientos de crédito y cobranza de la micro financiera Pro mujer de la ciudad de Estelí durante el período 2011-2012. Elaborado en el año 2013, sus autoras fueron: Anabell Suárez Rugama, Naraya Patricia Romero González y Yader José Monge Centeno, sus conclusiones fueron que se cumple la adecuada aplicación de normas de control interno en los procedimientos de crédito y cobranza, permitiéndoles corregir las fallas que surgen las operaciones en el momento preciso en el que se ejecuta, evitando de esta manera que el margen de error sea alto y pueda afectar el funcionamiento de la micro financiera.

La siguiente investigación tiene un enfoque diferente a las antes mencionadas, ya que aborda un análisis de los aportes que Pro mujer brinda a las mujeres de escasos recursos de la ciudad de Estelí en el crecimiento socio económico.



## 1.2 Planteamiento del problema

Las clientes de Pro mujer son pobres o extremadamente pobres que se esfuerzan por desarrollar sus pequeños negocios para poder mejorar sus vidas y las de sus familias especialmente las de sus hijos e hijas; sus negocios no son tan exitosos por la falta de crédito y capacitación; su salud está en riesgo porque no pueden acceder a la atención primaria que les ayudaría a evitar, detectar y tratar enfermedades que son costosas y muchas veces fatal.

El crédito representa para la mayoría de las mujeres de escasos recursos de la ciudad Estelí la posibilidad de sostener una actividad económica y garantizar así un ingreso con algún grado de estabilidad; lo que conlleva a su crecimiento socio-económico, autonomía y a la toma de decisiones en el hogar, contribuye a su autoestima y a la toma de conciencia sobre sus derechos y capacidades.

Es por ello, que se considera indispensable conocer los aportes de la microempresa mediante los servicios que brinda a las clientas de Pro mujer durante el primer semestre del 2015.



### 1.3 Preguntas Problemas

#### Pregunta directriz:

- ¿Cuáles son los aportes de los servicios brindados por Pro mujer en el crecimiento socio-económico de las mujeres de escasos recursos de la Ciudad de Estelí, durante el primer semestre del 2015?

#### Preguntas específicas:

- ¿Cuáles son los Servicios que ofrece Pro mujer Estelí?
- ¿Qué dificultades presentan las mujeres de escasos recursos de la ciudad de Estelí al optar a un Crédito en Pro mujer?
- ¿Cuáles son los factores que intervienen en el cambio de vida de sus familias y microempresas?
- ¿Qué acciones debe de implementar Pro Mujer para mejorar los servicios de las clientas?



## 1.4. Justificación

El empoderamiento de las mujeres tiene un efecto multiplicador y enormes ramificaciones socioeconómicas. Por estas razones, aproximadamente el 97% de las clientes de Pro mujer Estelí son mujeres de escasos recursos. Las mujeres son en verdad una inversión valiosa: cuando las mujeres prosperan, toda la sociedad se beneficia y las generaciones venideras disfrutan de un mejor comienzo en la vida. (Pro mujer, 2014).

Además, al realizar la investigación en Pro mujer se valoró la importancia de los servicios otorgados a las mujeres de escasos recursos en la ciudad de Estelí y sus comunidades. Con la investigación se identificará los aportes que Pro mujer genera a las mujeres de escasos recursos de Estelí a través de la otorgación de créditos, los cuales son utilizados para el crecimiento de sus microempresa.

También, este estudio proporcionará información para futuras capacitaciones a asesoras de crédito y clientas, ya que la institución está solicitando de manera formal los resultados del estudio realizado.

Dicha investigación servirá como fuente de información a generaciones estudiantiles venideras para enriquecer sus conocimientos ya que estará disponible en Biblioteca Urania Zelaya; y a la microempresa como tal para profundizar en los aportes que brinda a las mujeres estelianas ya que se recopilaran datos actualizados que servirán de apoyo para decisiones futuras en el ámbito empresarial.

Cabe recalcar que la investigación se está llevando a cabo gracias a los conocimientos adquiridos durante el transcurso de la carrera de “Administración de Empresas”.



## **II. OBJETIVOS**

### **2.1. Objetivo General**

- Determinar los aportes de los servicios brindados por Pro mujer en el crecimiento socio-económico de las mujeres de escasos recursos de la ciudad de Estelí, durante el primer semestre del 2015.

### **2.2. Objetivos Específicos**

- Describir los servicios brindado por Pro mujer Estelí.
- Mencionar las dificultades presentadas por las mujeres de escasos recursos al optar al Crédito en Pro mujer.
- Identificar los factores que contribuyen a mejorar el nivel de vida de sus familias y microempresas.
- Proponer un plan de acción para la mejora continua de los servicios brindados por Pro mujer.



### III. MARCO CONCEPTUAL

Según el tema de la investigación se identificaron conceptos teóricos los cuales son: servicios, créditos, clientes, empresa, crecimiento socio económico, plan de acción. A continuación se definen cada uno de ellos:

#### 3.1. Definición

##### 3.1.1 Servicios

**Servicios:** La prestación de servicio es un acuerdo previo entre una persona o empresa que presta el servicio y es residente de una economía, y el consumidor o consumidores residentes de otra. Incluyen tanto los ingresos como los egresos de las diferentes clasificaciones para obtener un servicio neto (ingresos totales menos egresos totales). (BCN, 2004)

##### 3.1.2 Tipos de servicios

Hay dos grandes maneras de clasificar los servicios. Uno de ellos es servicio público y el otro servicio privado.

**Servicio Público:** Prestaciones reservadas en cada Estado a la órbita de las administraciones públicas y que tienen como finalidad ayudar a las personas que lo necesiten, por ejemplo, hospitales, empresas gubernamentales. (Monterroso, 2010)

**Servicio Privado:** Aquel servicio que entrega una empresa privada y que sirve para satisfacer intereses o necesidades particulares de las personas con fin de lucro, por ejemplo, empresas de comunicaciones, gas y luz. (Monterroso, 2010)

##### 3.1.3 Características de los servicios

Las características que poseen los servicios y que los distinguen de los productos son:

**Intangibilidad:** esta es la característica más básica de los servicios, consiste en que estos no pueden verse, probarse, sentirse, oírse ni olerse antes de la compra. Esta característica dificulta una serie de acciones que pudieran ser deseables de hacer: los servicios no se pueden inventariar ni patentar, ser explicados o



representados fácilmente, etc., o incluso medir su calidad antes de la prestación. (Monterroso, 2010)

**Heterogeneidad (o variabilidad):** dos servicios similares nunca serán idénticos o iguales. Esto por varios motivos: las entregas de un mismo servicio son realizadas por personas a personas, en momentos y lugares distintos. Cambiando uno solo de estos factores el servicio ya no es el mismo, incluso cambiando sólo el estado de ánimo de la persona que entrega o la que recibe el servicio. Por esto es necesario prestar atención a las personas que prestarán los servicios a nombre de la empresa. (Monterroso, 2010)

**Inseparabilidad:** en los servicios la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos. A estas funciones muchas veces se puede agregar la función de venta. Esta inseparabilidad también se da con la persona que presta el servicio. (Monterroso, 2010)

**Ausencia de propiedad:** los compradores de servicios adquieren un derecho a recibir una prestación, uso, acceso o arriendo de algo, pero no su propiedad. Después de la prestación solo existen como experiencias vividas. (Monterroso, 2010)

### 3.1.4 Principios del servicio

Para llevar a cabo un servicio son necesarias las bases fundamentales, es decir, los principios del servicio, los cuales pueden servir de guía para adiestrar o capacitar a los empleados encargados de esta vital actividad económica, así como proporcionar orientación de cómo mejorar. Los principios del servicio se dividen en principios básicos del servicio y principios del servicio al cliente. (Monterroso, 2010)

#### Principios básicos del servicio

Los principios básicos del servicio es la filosofía subyacente de este, que sirven para entenderlo y, a su vez, aplicarlo de la mejor manera para el aprovechamiento de sus beneficios por la empresa. (Monterroso, 2010)

**Actitud de servicio:** convicción íntima de que es un honor servir.

**Satisfacción del usuario:** intención de vender satisfacción más que productos.





Dado el carácter transitorio, inmediatesta y variable de los servicios, se requiere una actitud positiva, dinámica y abierta: esto es, la filosofía de “todo problema tiene una solución”, si se sabe buscar. (Monterroso, 2010)

Toda la actividad se sustenta sobre bases éticas: es inmoral cobrar cuando no se ha dado nada ni se va a dar.

El buen servidor es quien se encuentra satisfecho dentro de la empresa, situación que lo estimula a servir con gusto a los clientes: no se puede esperar buenos servicios a quien se siente esclavizado, frustrado, explotado y respira hostilidad contra la propia empresa. (Monterroso, 2010)

Tratando de instituciones de autoridad, se plantea una continuidad que va desde el polo autoritario (el poder) hacia el polo democrático (el servicio): en el polo autoritario hay siempre el riesgo de la prepotencia y del mal servicio. Cuanto más nos alejemos del primer polo, mejor estaremos. (Monterroso, 2010)

### **Principios del servicio al cliente**

Existen diversos principios que se deben seguir al llevar a cabo el servicio al cliente, estos pueden facilitar la visión que se tiene acerca del aspecto más importante del servicio al cliente.

- Hacer de la calidad un hábito y un marco de referencia.
- Establecer las especificaciones de los productos y servicios de común acuerdo con todo el personal, con los clientes y proveedores.
- Anticipar y satisfacer consistentemente las necesidades de los clientes.
- Dar libertad de acción a todos los empleados que tengan trato con los clientes, es decir, autoridad para atender sus quejas.
- Preguntar a los clientes lo que quieren y dárselo una y otra vez, para hacerlos volver.
- Los clientes siempre esperan el cumplimiento de su palabra. Prometer menos, dar más.
- Mostrar respeto por las personas y ser atentos con ellas.
- Reconocer en forma explícita todo esfuerzo de implantación de una cultura de calidad. Remunerar a sus empleados como si fueran sus socios (incentivos).



- Alentar a los clientes a que digan todo aquello que no les guste, así como manifiesten lo que sí les agrada.
- No dejar esperando al cliente por su servicio, porque todo lo demás pasará desapercibido por él, ya que estará molesto e indispuesto a cualquier sugerencia o aclaración, sin importar lo relevante que ésta sea.
- Dar un buen servicio al cliente para que los vuelva a utilizar. (Monterroso, 2010)

### **3.2.1 Crédito**

Según Manual AC de Pro mujer. Un crédito es un activo de riesgo, cualquiera sea la modalidad de su instrumentación, mediante el cual la Institución, asumiendo el riesgo de su recuperación, provee o se compromete a proveer fondos u otros bienes o garantiza frente a terceros el cumplimiento de obligaciones contraídas por su clienta.

El crédito que proviene del latín *creditum*, de *credere*, tener confianza. A un cuando no existe una definición generalmente aceptada podemos definir la operación de crédito como la entrega de un valor actual, sea dinero, mercancía o servicio sobre la base de confianza a cambio de un valor equivalente esperado en un futuro pudiendo existir adicionalmente un interés pactado. Por eso en su acepción jurídica el crédito es una promesa de pago que establece un vínculo jurídico entre el deudor y el acreedor, por una parte el deudor tiene la obligación de pagar y por otra el acreedor tiene derecho de reclamar el pago. (Villaseñor, 2007)

### **3.2.2 Importancia del crédito**

En la actualidad el crédito es de importancia vital para la economía de todos los países y de todas las empresas. Ya que su utilización adecuada produce; entre otros beneficios, los siguientes:

- Aumento de los volúmenes de venta.
- Incremento de la producción de bienes y servicios y como consecuencia, una disminución de los costos unitarios.



- Elevación del consumo al permitir una que determinados sectores socioeconómicos adquieran bienes y servicios que no estarían a su alcance si tuvieran que pagarlos de contado.
- Creación de más fuentes de trabajo, mediante nuevas empresas y ampliación de las ya existentes.
- Fomento de todo tipo de servicios y adquisición de bienes, con plazos largos para pagarlos.
- Desarrollo tecnológico, favorecido indirectamente al incrementarlo los volúmenes de venta.
- Ampliación y apertura de nuevos mercados, al dotar de poder de compra a importantes sectores de la población. (Villaseñor, 2007)

Lo anterior nos proporciona una imagen clara de la importancia del crédito en el desarrollo económico de un país. Su análisis permite entender claramente porque en los países de libre empresa se utiliza cada día en mayor escala. (Villaseñor, 2007)

### 3.2.3 Diversos enfoques de la función de crédito

#### La función de crédito como proceso administrativo

En la actualidad la función de crédito y cobranza se presenta en una de las áreas y funciones que integran la empresa, es individualmente un proceso administrativo con sus características, técnicas y procedimientos propios. (Villaseñor, 2007)

**Tabla No 1. Función del Crédito**

Fase	Elementos	Etapas
	<b>Previsión</b>	[- Objetivos - Investigaciones - Cursos alternativos de acción]  [-Políticas Procedimientos



Fase	Elementos	Etapas
<b>Mecánica</b>	<b>Planeación</b>	Programas Presupuesto Pronósticos]
	<b>Organización</b>	[Funciones Jerarquía Obligaciones
<b>Dinámica</b>	<b>Integración</b>	[Selección - Introducción - Desarrollo - Integración]
	<b>Dirección</b>	[Autoridad o mando - Comunicación - Supervisión]
	<b>Control</b>	[Establecimiento de norma. Operación de los controles.  Interpretación de resultados.

Fuente: (Villaseñor, 2007)

### 3.2.4 El crédito como valiosa herramienta de la administración

La función de crédito y cobranza es actualmente una herramienta administrativa fundamental para la existencia y desarrollo de las empresas. Desde el punto de vista de los planes mercadotécnicos de la organización, permite aumentar los volúmenes de venta y producción y reduce considerablemente con ello el costo unitario de los bienes y servicios producidos; además, mediante la división del pago de ellos parte del consumidor, permite que nuevos sectores

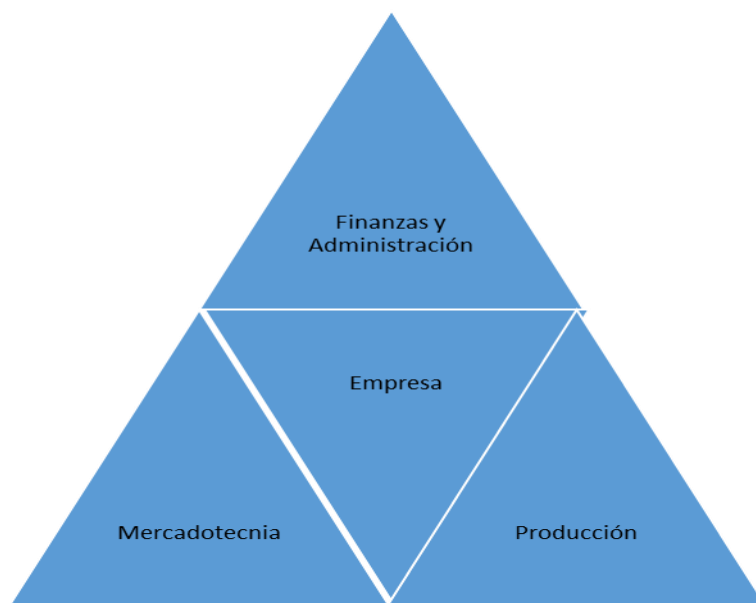


socioeconómicos de la población se integren al mercado consumidor. (Villaseñor, 2007)

### 3.2.5 El nuevo concepto de la función de crédito

La administración de crédito y cobranza corresponde a la rea administrativa y financiera de la empresa y jerárquicamente pertenece a ella; pero por lo que respecta a sus relaciones funcionales, coordina fundamentalmente con la administración de ventas y se relaciona, por lo tanto con el área de mercadotecnia. (Villaseñor, 2007)

**Figura No. 1. Función de crédito**



### 3.2.6 Clasificación del crédito

Debido a la diversidad de operaciones en que se utiliza el crédito, a las circunstancias y variantes de cada una y a las múltiples actividades para las que se emplea, se hace necesario establecer clasificaciones:

La primera consiste en Crédito personal, comercial. La segunda es la que considera desde el punto de vista de su primordial función económica, constituye el instrumento perfeccionado de los cambios que implica la sustitución temporal de la moneda material por una prenda moral (confianza). (Villaseñor, 2007)



El crédito supone un capital existente por parte del otorgante (prestamista, acreedores, proveedores) y una garantía de restitución parte del prestatario, deudor o cliente. Esta garantía puede ser moral (cualidades personales, honradez y trabajo) o real (bienes muebles o inmuebles). (Villaseñor, 2007)

### Esquema No. 1. Clasificación del crédito

Por su naturaleza      propio y necesario

Por la calidad de	{	Natural
Las cosas en qué		
Consiste la prestación		Monetario

Por el vencimiento	{	A término	{	A corto plazo
				A largo plazo

Por las personas	{	Público
------------------	---	---------

Por la garantía	{	Personal	{	Directo
		Real		

Por el objeto	{	De consumo productivo	{	Comercial

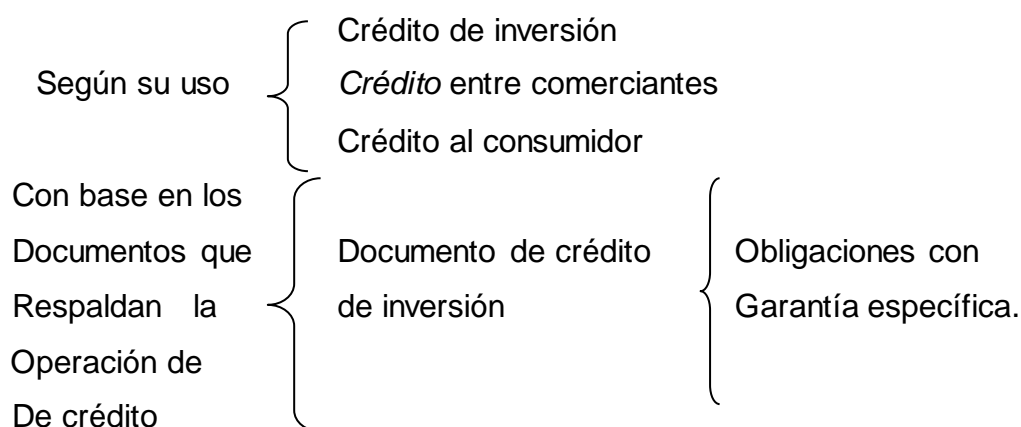
Fuente: (Villaseñor, 2007)

### 3.2.7 Clasificación de la actividad crediticia

Esta clasificación se establece atendiendo al crédito como una actividad, a los usos que se hacen de él y a los elementos que intervienen.



## Esquema No.2 clasificación de la actividad crediticia



Fuente:(Villaseñor, 2007)

### 3.2.8 Norma sobre la evaluación y clasificación de activos

#### Clasificación de la Cartera de Crédito

**A) Micro-créditos** – Son aquellos créditos otorgados a personas naturales o jurídicas destinados para la iniciación, mejora o continuidad de actividades empresariales de reducida dimensión por montos pequeños y estructurados con pagos diarios, semanales, quincenales o mensuales. (SIBOIF, 2001)

**B) Créditos comerciales** - Son aquellos créditos otorgados a personas naturales o jurídicas, orientados a financiar los sectores de la economía, tales como: industriales, agropecuarios, turismo, comercio, exportación, minería, construcción, comunicaciones, servicios y otras actividades. (SIBOIF, 2001)

**C) Créditos de consumo o personales** - Son todos aquellos créditos directos, otorgados a personas naturales destinados a financiar la adquisición de bienes de consumo o el pago de obligaciones y servicios personales, cuyo monto al momento del otorgamiento se haga en función a la capacidad de pago del solicitante. Se imputarán a este grupo las deudas originadas a través de los sistemas de Tarjetas de Crédito. (SIBOIF, 2001)



**D) Créditos hipotecarios para vivienda** - Son aquellos créditos otorgados a personas naturales para uso personal o alquiler por el deudor a terceras personas y que corresponda a la adquisición, construcción, reparación, remodelación, ampliación, mejoramiento de viviendas, o adquisición de lotes con servicios, siempre que se encuentren amparados en su totalidad con garantía hipotecaria. La anterior enumeración debe entenderse taxativa, por lo que no comprende otros tipos de créditos, aun cuando éstos se encuentren amparados con garantía hipotecaria, los que deberán clasificarse como créditos comerciales. (SIBOIF, 2001)

**E) Crédito de vivienda:** Este tipo de crédito está dirigido a personas que quieran hacer mejoras en su vivienda, construirla o comprar una nueva. Requisitos: Tener ingresos comprobables y estables. Tener 21 años cumplidos. Presentar cédula de identidad. Referencias crediticias (si la tienen). (SIBOIF, 2001)

### **3.3.1 Cliente/a**

Cliente: una persona natural o jurídica con quien la institución mantiene una relación comercial originada por la celebración de un contrato; y persona natural o jurídica con quien la institución se encuentra en fases previas a la celebración de un contrato.

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios. (Thompson, 2009)

### **3.4.1 Empresa**

Unidad económica de una o más personas naturales jurídica, que tiene por objeto la elaboración, transformación o comercialización internacionales.

### **Clasificación de las empresas**

Según el Arto.3 de la ley 645 MYPIME explica que estas se clasificaran como micro, pequeña o mediana empresa las personas naturales o jurídicas que





cumplan con los siguientes requisitos. La clasificación de cada MIPYME, en la categoría correspondiente a micro, pequeña y mediana se hará conforme a los parámetros indicados a continuación:

**Tabla de clasificación de las MIPYME**

<b>Variables</b>	<b>Micro empresa</b>	<b>Pequeña empresa Parámetros</b>	<b>Mediana</b>
Número total de trabajadores	1-5	6-30	31-100
Activos totales (córdobas)	Hasta 200 o Miles	Hasta 5 Millones	Hasta 6 o Millones
Ventas totales Anuales (córdobas)	Hasta 1 Millón	Hasta 9 Millones	Hasta 40 Millones

Todas las expresiones en córdobas, mantendrán su valor en relación al dólar de los Estados Unidos de América. (Ley 645, 2008)

#### **Art. 4.- Definición y Clasificación de las MIPYME**

Las MIPYME son todas aquellas micro, pequeñas y medianas empresas, que operan como persona natural o jurídica, en los diversos sectores de la economía, siendo en general empresas manufactureras, industriales, agroindustriales, agrícolas, pecuarias, comerciales, de exportación, turísticas, artesanales y de servicios, entre otras. Se clasifican dependiendo del número total de trabajadores permanentes, activos totales y ventas totales anuales. Toda persona natural debidamente inscrita como comerciante en el Registro Público Mercantil correspondiente, tendrá los mismos beneficios, deberes y derechos que concede la presente Ley y podrá inscribirse en el Registro Único de las MIPYME. El Reglamento de esta Ley definirá las características, combinación y ponderación de los parámetros a fin de determinar la clasificación de cada una de las empresas del sector MIPYME. (Ley 645, 2008)



### **3.4.2 Importancia de las MIPYME**

La importancia del sector MIPYME, radica fundamentalmente en que estas son de interés nacional, dado que estas se desempeñan como gran fuente empleo y que al mismo tiempo representan medios de subsistencia para la mayoría de los habitantes de la nación. Estas paralelamente resultan ser una opción muy atractiva para el crecimiento sostenible y constante de la nación. Esto es debido a que las Micro y Medianas empresas son candidatas o aspirantes fuertes a grandes empresas con un alto nivel competitivo, que van a afectar de forma directa el Stock de capital del país, haciendo que haya un mejor desenvolvimiento económico. Cabe aclarar que dicha investigación se realizó bajo los criterios investigativos actuales, con la jerarquización de los objetivos a alcanzar para poder así abordar las cuestiones más relevantes sobre el tema a estudiar, por ende, la estructura del trabajo es la convencional. (Universidad y Ciencia, 2013)

Las Pequeñas y Medianas empresas (PYME) juegan un rol esencial en toda sociedad en términos de producción y empleo y perspectivas de crecimiento y Nicaragua no es la excepción. Con el objetivo de contribuir al desarrollo del sector, este documento investiga si las PYME en Nicaragua enfrentan restricciones de financiamiento necesario para crecer y eventualmente transformarse en empresas grandes. Los resultados indican que efectivamente existe esta restricción y por lo tanto, se presentan diversas políticas para solventar esta situación. (Rodrigo Urcuyo, 2012)

### **3.4.3 Microempresa**

Una microempresa o microempresa es una empresa de tamaño pequeño. Su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación acotada. Por otra parte, el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma.

La creación de una microempresa puede ser el primer paso de un emprendedor a la hora de organizar un proyecto y llevarlo adelante. Al formalizar su actividad a través de una empresa, el emprendedor cuenta con la posibilidad de acceder al crédito.



Es importante resaltar el hecho de que dentro del sector de la micro empresa nos encontramos con lo que se da en llamar micro emprendimiento que no es más que la puesta en marcha de un negocio de aquella tipología donde el propio emprendedor es el dueño y administrador del mismo y en el que, además de haber llevado a cabo una baja inversión, no tiene empleados. El propietario e incluso sus familiares son los que ponen en pie y desarrollan aquella empresa. En este sentido, bajo dicha denominación se encontrarían a su vez tres tipos diferentes de micro emprendimiento: el de expansión, el de transformación y el de supervivencia.

La microempresa puede enmarcarse dentro de las pequeñas y medianas empresas (pymes). Se trata de compañías que no tienen una incidencia significativa en el mercado (no vende en grandes volúmenes) y cuyas actividades no requieren de grandes sumas de capital (en cambio, predomina la mano de obra). (Micro empresa)

A la hora de poder determinar las principales ventajas que tiene una micro empresa, sin duda alguna, habría que resaltar su flexibilidad. Y es que esta permite no sólo que no cuente con una estructura rígida que impida el acometer decisiones y acciones rápidamente sino también que se adapte perfectamente al mercado y a las tendencias del mismo.

No obstante, también aquella tiene sus inconvenientes. En concreto, entre los más destacables se encuentran el hecho de que esté limitada a un mercado muy reducido ya que no cuenta con los recursos, humanos ni materiales, para poder llevar a cabo una gran producción. De la misma forma, también hay que subrayar que la falta de financiación es otra de sus desventajas lo que trae consigo que no pueda invertir demasiado en tecnología ni en desarrollarse ampliamente para poder llegar a unos objetivos mucho más altos.

Más allá de que la característica principal de las microempresas es su tamaño acotado, este tipo de empresas tiene una gran importancia en la vida económica de un país, en especial para los sectores más vulnerables desde el punto de vista económico



Esto ocurre ya que la microempresa puede ser una salida laboral para un desempleado o un ama de casa. La elaboración de artesanías, la gastronomía a pequeña escala y la consultoría profesional son algunos de los campos más usuales en el desarrollo de micro empresas. Con el tiempo, una microempresa exitosa puede convertirse en una pyme de mayor envergadura. (Micro empresa)

### **3.4.4 PAMIC<sup>1</sup> aplica como elemento de clasificación de Microempresa:**

#### **Microempresa de Sobrevivencia.**

Aquellas empresas de carácter residual, que generan escasos ingresos y con pocas posibilidades decrecimiento. Muchas veces es en este tipo de actividades donde se disfraza el desempleo. (J Lacayo, 1996)

#### **Microempresa de Expansión.**

Son unidades que pueden crecer y alcanzar un mercado más amplio pero sin llegar a transformar su estructura tecnológica y productiva interna.

#### **Microempresa en transformación.**

Son aquellas que no solo pueden crecer en actividades o número de empleados, sino que también transformar su estructura productiva y su modalidad de inserción en el mercado.

#### **Otros elementos para clasificar al sector MIPYME<sup>2</sup> en función a sus posibilidades de sostenimiento y de desarrollo, sería:**

Microempresa que realizan actividades de sobrevivencia o en declive y con pocas posibilidades. La mayor parte están dentro del sector informal y la gran mayoría se ubica en el sector informal. (J Lacayo, 1996)

---

<sup>1</sup> Programa Nacional de Apoyo a la Microempresa. PAMIC-MEDE. Nov. 1991.

<sup>2</sup>Micro, pequeña y Mediana Empresa.



Pequeñas y Microempresa ubicadas en segmentos de mercado más o menos estables y que generan ingresos suficientes como para que puedan crecer al ritmo de la demanda local.

Pequeñas y Microempresa ubicadas en nichos de mercado con mayores potencialidades de expansión y que generan ingresos suficientes para crecer y transformarse, es decir introducir cambios y mejoras tecnológicas a fin de ajustarse a las exigencias de un mercado más amplio y dinámico. (J Lacayo, 1996)

**Con la clasificación anterior podríamos vincular o relacionar el tamaño o número de trabajadores con los conceptos antes expresados.**

#### **Microempresa de subsistencia.**

Son aquellas conformadas principalmente por un trabajador que tienen tan baja productividad que solo persiguen la generación de ingresos con el propósito de sobrevivencia, todo lo que obtiene de sus actividades lo destina al consumo inmediato. En su mayoría, está compuesto por mujeres, lo cual es coincidente con la participación de la mujer en el sector de un trabajador (a) con el 60%, con claro énfasis en la actividad de comercio al por menor; Restaurantes, Bares, etc. (J Lacayo, 1996)

#### **Microempresa de acumulación Simple.**

Podríamos ubicar aquellas que están en el rango de 2 a 5 trabajadores (as) y las de 6 a 20 trabajadores (as), en estas unidades empresariales se generan ingresos que cubren los costos de sus actividad aunque sin alcanzar excedentes suficientes que les permitan tener una capacidad de invertir para obtener un crecimiento. La ubicación de unidades empresariales en este grupo o segmento, corresponde a una clasificación que puede ser transitoria para algunas de estas unidades económicas, o bien porque algunas de ellas tienen la capacidad de dar el salto hacia el grupo superior o bien porque en este grupo se encuentran aquellas empresas que vienen en franco retroceso que puede ser permanente o temporal. Se estima que un 10% de estas unidades empresariales tienen la capacidad de escalar el nivel o peldaño superior.



### **Microempresa exitosa.**

En este grupo se puede ubicar a las empresas medianas 21 a 50 trabajadores (as), estas unidades económicas poseen una productividad adecuada que les permite poder acumular capital para invertirlo en el crecimiento de su empresa, o son unidades que transmiten confianza al sector financiero formal (bancos comerciales) y pueden acceder a recursos económicos en condiciones favorables. Aquí ubicamos principalmente a empresas en la actividad de fabricación de maquinaria o equipos, donde la competencia de otras empresas le exige aumentar su productividad y calidad mediante mejoras tecnológicas. Así mismo este tipo de empresario está dispuesto a realizar transformaciones tecnológicas, con el propósito de mantener su nivel competitivo, y entiende lo que es la competitividad, no por ello está dispuesto a jugar el rol de competitividad por cuanto siempre clama a las autoridades protección para desempeñar sus actividades empresariales. Independiente de esta clasificación el sector de MIPYME tienen problemas muy similares, tales como:

#### **Fortalezas de las MIPYME**

- Conocen el sector donde trabajan.
- Disponen de su propia fuerza de trabajo.
- Generan empleos. (Lacayo, 1996)
- Atienden nichos de mercados especiales.
- Rápida adaptación a los cambios de mercado.
- Experiencia de sobrevivencia en condiciones adversas.
- Atención personalizada.

#### **Oportunidades de las MIPYME**

- Posibilidad de articularse con empresas de mayor tamaño.
- Redes de comercialización muy ágiles.
- Apertura política a favor de las MIPYME
- Oferta de servicios más amplia y diversificada.
- Se ha ampliado el mercado financiero.
- Acceder a recursos no convencionales.



- Proceso de integración vertical y horizontal.

#### Debilidades de las MIPYME

- Tecnología atrasada.
- No conocen sus costos de producción reales.
- Cultura de no pago a sus obligaciones.
- Nivel cultural sumamente bajo.
- Falta de organización empresarial.
- Equipos y Maquinarias obsoletos.
- Falta de garantías.
- Comercialización inadecuada de sus productos.
- Baja productividad de la mano de obra.

#### Amenazas a las MIPYME

- Disminución de cooperación internacional.
- Falta de política nacionales de fomento.
- Mercados regulados artificialmente.
- Falta de infraestructura de servicios de apoyo.

(J Lacayo, 1996)

### 3.6.1 Crecimiento Económico

Según César Antúnez en el libro de crecimiento económico se define como el crecimiento porcentual del producto interno de una economía en un período de tiempo; no es espontaneo sino el resultado de la combinación de los componentes del crecimiento y de la política económica que el gobierno aplica.

Según Kuznets (1973) el crecimiento económico es un fenómeno complejo en el, mediante la acumulación de más y mejores factores productivos y de su utilización mediante técnicas cada vez más productivas, las economías son capaces de generar una mayor cantidad de bienes y servicios. Se trata además de un proceso dinámico que entraña un cambio continuo en la estructura sectorial. De hecho, este último podría ser considerado como uno de los hechos estilizados del crecimiento.



El crecimiento económico es definido como la capacidad de una economía para producir cada vez más bienes y servicios. Se puede expresar como una expansión de las posibilidades de producción de la economía, es decir que la economía puede producir más de todo o, lo que es lo mismo, su frontera de posibilidades de producción (FPP) se desplaza hacia afuera y tras su aumento la economía puede producir más de todo. (Wells, 2006)

El crecimiento económico de un país se considera importante, porque está relacionado con el PIB per cápita de los individuos de un país. Puesto que uno de los factores estadísticamente correlacionados con el bienestar socio-económico de un país es la relativa abundancia de bienes económicos materiales y de otro tipo disponibles para los ciudadanos de un país, el crecimiento económico ha sido usado como una medida de la mejora de las condiciones socio-económicas de un país; sin embargo, existen muchos otros factores correlacionados estadísticamente con el bienestar de un país, siendo el PIB per cápita sólo uno de estos factores. Lo que ha suscitado una importante crítica hacia el PIB per cápita como medida del bienestar socio-económico, incluso del bienestar puramente material (ya que el PIB per cápita puede estar aumentando cuando el bienestar total materialmente disfrutable se está reduciendo). (Jesús, 2000)

Según la Organización Mundial del Comercio indica que:

El comercio estimula el crecimiento económico, lo que puede ser buen signo para el empleo, sin duda el comercio tiene potencial para la creación de empleos. La práctica frecuentemente demuestra que la reducción de los obstáculos comerciales mejora la situación del empleo. Pero una serie de factores complican la situación. No obstante, la alternativa que representa el proteccionismo no permite resolver los problemas del empleo.

También las política e instituciones impulsa el crecimiento económico como lo menciona el informe mundial 2001, sostenido y sostenible es el primer paso para la formulación de estrategias que permitan mejorar la suerte de los pobres. Hay pruebas de que el crecimiento depende de la educación y la esperanza de vida, sobre todo cuando los ingresos son más bajos.





## Las cuatro ruedas del crecimiento

Estas cuatro ruedas o factores de crecimiento son:

- Recursos Humanos (oferta de trabajo, educación, disciplina, motivación). Muchos economistas creen que la calidad de los insumos de trabajo-conocimiento, destrezas y disciplinas es el elemento más importante del crecimiento económico. Las mejoras en educación, salud y disciplina y en fecha más reciente en la capacidad para usar computadoras, aumenta mucho la productividad del trabajo.
- Recursos naturales (tierra, minerales, combustibles, calidad ambiental). En este caso los recursos importantes son la tierra cultivable, el petróleo y el gas, los bosques, el agua y los recursos minerales.
- Formación de Capital (maquinas, fabricas, carreteras). Recuerde que en el capital tangible se incluye estructuras como carreteras y centrales eléctricas, equipos como camiones y computadoras, e inventarios almacenados.
- Tecnología (ciencia, ingeniería, administración, empresariados). En forma histórica, el crecimiento no ha sido, definitivamente, un proceso de simple reproducción, tal como agregar filas de acérías o de centrales eléctricas junto a otras. El cambio tecnológico representa los cambios en los procesos de producción, o la introducción de nuevos productos o servicios. (Samuelson, 2005)

## Indicadores económicos

Tasas de interés: en los indicadores económicos, se publican tasas de interés promedio ponderadas y otras tasas de interés y rendimientos.

Tasa de interés promedio ponderada: para calcular la tasa de interés promedio ponderada se ponderan los montos colocados (o captados) por cada banco a determinado plazo y se multiplican por la tasa pactada. (Samuelson, 2005)

## Otras tasas de interés y rendimientos:

Tasa de interés de las tarjetas de crédito: la tasa de interés máxima del sistema financiero nacional corresponde a la tasa vigente que se cobra por las tarjetas de



crédito. Las tarjetas de crédito son instrumentos de pago que permiten el uso de un cupo de crédito rotativo para la adquisición de bienes y servicios en establecimientos afiliados a nivel nacional o mundial, retiros en efectivo en cajero automático o en las oficinas de las entidades financieras del sistema. (BCN, 2004)

**Producto interno bruto (PIB):** El PIB es el valor a precios de mercado de la producción corriente de bienes y servicios finales dentro del territorio nacional durante un período de tiempo. El PIB es utilizado como una medida indicativa de la riqueza generada por un país durante un período de tiempo (un año, un trimestre, u otra medida de tiempo); sin embargo, no mide la riqueza total con que cuenta el país.

También se usa para comparar el nivel de bienestar entre países. En principio un mayor PIB induce a pensar en un mayor bienestar, no obstante, para tratar de reflejar de mejor manera el bienestar debe ser relacionado con la población del país, de esta manera se obtiene una medida de PIB por habitante, lo que se conoce como PIB per cápita. A pesar de su uso generalizado como medida de bienestar, el PIB per cápita encierra algunos inconvenientes (como ejemplo: no toma en cuenta la distribución del ingreso, externalidades ambientales, entre otros), por lo que su uso debe observarse con cuidado.

**Índice de precios al consumidor (IPC):** El índice de precios al consumidor (IPC) mide la evolución de los precios de un conjunto de bienes y servicios representativos del gasto de consumo de los hogares. Es un indicador clave de la economía, que es ampliamente utilizado en el análisis económico y en la toma de decisiones, particularmente para medir la tasa de inflación y para ajustar los principales precios, incluyendo los salarios.

El nuevo sistema de índices de precios al consumidor de Nicaragua está constituido por el índice nacional de precios al consumidor, el índice de precios al consumidor de Managua (IPCM) y el índice de precios al consumidor del resto del país (IPCR). El primero resulta de calcular un promedio ponderado de los segundos, considerando la participación de Managua y de los otros departamentos en el gasto de consumo de los hogares nicaragüenses. (Factores Productivos)



### 3.5.2 Sistema Económico

Todo sistema económico tiene por base la estructura económica que surge de la existencia de necesidades humanas que plantean los problemas económicos básicos, estos se resuelven a través de las actividades económicas fundamentales que se pueden realizar gracias a la existencia de factores productivos. (Factores Productivos)

#### Esquema No.3 Sistema Económico



### 3.5.3 Factores de Producción

Los factores de producción son todos aquellos elementos que contribuyen a que la producción se lleve a cabo. Tradicionalmente se han agrupado en: tierra, trabajo, capital y organización o habilidad empresarial.

**Tierra:** en su sentido más amplio se refiere a los recursos naturales que pueden ser transformados en el proceso de producción; tierra, agua, minerales, vegetales, animales, etc.



**Trabajo:** es el desgaste físico y mental de los individuos que se incorpora en el proceso productivo. El trabajo también se define como la actividad humana mediante la cual se transforma y adapta la naturaleza para la satisfacción de sus necesidades.

**Capital:** son todos aquellos bienes que nos sirven para producir otros bienes. Son aquellos recursos económicos susceptibles de reproducirse y que ayudan en el proceso productivo; está constituido por las inversiones en: maquinaria, equipo, mobiliarios, instalaciones, edificios, etc. (Factores Productivos)

Los recursos que se emplean para producir bienes y servicios constituyen el capital. Se pueden distinguir 3 clases:

- **Capital físico:** Es el formado por los elementos materiales tangibles: edificios, materias primas, entre otros.
- **Capital humano:** Es la educación, formación profesional de los empresarios y trabajadores de una empresa u sociedad.
- **Capital financiero:** Es el dinero que se necesita para formar una empresa y mantener su actividad.

**Organización:** también llamada habilidad empresarial, es el conjunto de actividades encaminadas a la dirección, organización, sistematización y conducción para llevar a cabo el proceso productivo. La habilidad empresarial la desarrollan los administradores, gerentes, economistas y contadores que se encuentran en puestos directivos de la unidad productora.

No debe confundirse la habilidad empresarial con el empresario ya que éste generalmente es el dueño de la empresa o negocio, en cambio la habilidad empresarial debe desarrollarse y se puede adquirir a través del estudio sistematizado del proceso productivo y de su organización, la cual se puede hacer por medio de estudios universitarios, cursos, conferencias, etc. (Factores Productivos)



### 3.6.1 Crecimiento Social

El Director del Banco Mundial para Centroamérica, América Latina y el Caribe, Carlos Felipe Jaramillo, reiteró una vez más que Nicaragua es un país ejemplar que ha tenido un muy buen crecimiento económico en los últimos años.

En una entrevista que brindará al periodista Alberto Mora, director de la Revista En Vivo de Canal 4, Nicaragua es un país ejemplar que ha tenido una muy buena mezcla de crecimiento económico en los últimos años con progreso en las áreas sociales, disminución de pobreza, disminución de las desigualdades, entonces creemos que es algo que los países miembros, los delegados pueden aprovechar de su visita en Nicaragua”, expresó el funcionario del Banco Mundial.

Jaramillo declaró que durante este encuentro se está abordando principalmente el tema de la financiación de los siguientes tres años, por lo cual se espera que al concluir una serie de encuentros que tendrá como punto final Moscú, los países miembros brinden su aporte para el ciclo 2014-2017.

Añadió que también se ha discutido el crecimiento inclusivo de los países, en el cual Nicaragua se ha convertido en un modelo al hacer que ese crecimiento económico le llegue a toda la población.

“La Asociación y el grupo en general Banco Mundial, ha venido evolucionando con el tiempo, a enfocarse cada vez más en los temas de la pobreza y el crecimiento realmente inclusivo, ahora recién el Banco ha adoptado metas explícitas en las reuniones de primavera hay dos grandes nuevas metas, reducción y eliminación de la pobreza extrema, se ha puesto una meta para el 2030 de eliminación de la pobreza extrema en todo el globo y el Banco tiene que, a través de sus diferentes brazos, enfocar su atención ahí”, manifestó Jaramillo.

En este sentido, Jaramillo destacó que aunque el Banco Mundial no se había fijado como meta la reducción de la pobreza extrema y la prosperidad compartida, Nicaragua ha estado muy en consonancia con esos propósitos y en conjunto con la Asociación ha venido trabajando en educación básica, salud, nutrición, atención a las madres de menores ingresos, mujeres embarazadas, la niñez y un programa que ha impactado enormemente como lo es el adoquinamiento de caminos y



carreteras de zonas rurales que están permitiendo que las poblaciones de zonas más lejanas logren sacar sus productos agrícolas.

Indicó que el gobierno de Nicaragua también ha venido trabajando en un programa que ha beneficiado de forma importante a las poblaciones originarias y autóctonas con la demarcación, el registro y los títulos de propiedad de sus tierras para que puedan invertir y proteger aquellas áreas que deben ser protegidas.

Consideró que la experiencia nicaragüense y de algunos países de América Latina en los últimos diez años ha sido particularmente favorable, porque rompe un poco con el patrón y el esquema de crecimiento que se había logrado en décadas anteriores, dado que ahora hay crecimiento con mucha más inclusión social.

“En el caso de Nicaragua la experiencia que a mí más me ha llamado la atención es la coordinación que se ha logrado entre el Ministerio de Educación, Ministerio de Salud y Ministerio de la Familia para los programas que atienden a las madres de las familias de menores ingresos, porque se ha logrado aquí una coordinación muy especial para darle los servicios que necesitan. En muchos países estos ministerios actúan muy independientemente, entonces se le da atención a la madre de manera incompleta. Aquí hemos visto que funciona bien la coordinación entre estos diferentes sectores y se le da una atención integral y así se logran resolver los problemas”, sostuvo Jaramillo. (Jaramillo, 2013)

### **3.7.1 El plan de acción**

#### **Concepto**

Un plan de acción es un tipo de plan que prioriza las iniciativas más importantes para cumplir con ciertos objetivos y metas. De esta manera, un plan de acción se constituye como una especie de guía que brinda un marco o una estructura a la hora de llevar a cabo un proyecto. (Definición, 2008)

Los planes de acción son instrumentos gerenciales de programación y control de la ejecución anual de los proyectos y actividades que deben llevar a cabo las dependencias para dar cumplimiento a las estrategias y proyectos establecidos en el Plan Estratégico. En ese orden de ideas el plan de acción operatividad a las



actividades que deben llevar a cabo las dependencias para dar cumplimiento a los objetivos fijados en el Plan Estratégico Sectorial, permitiendo alinear la operación con la planeación estratégica de la entidad.

El Plan de Acción, como herramienta eficaz detalla proyectos y actividades, indicadores y metas a las que se comprometen las dependencias de la Entidad en una vigencia determinada, fijación de tiempos y responsables. (Sandra Guadalupe López Miranda.)

### **3.7.2 Importancia**

Cuando se necesita organizar nuestro trabajo y no sabemos por dónde empezar es recomendable hacer un plan de acción y así distribuir las actividades y optimizar nuestro tiempo, un plan de acción sirve para definir las acciones y tareas a realizar, se asignan responsables y fechas de inicio y termino. Es recomendable revisarlo con tu jefe cada semana o cada quince días para saber el grado de avance y corregir las desviaciones al plan.

Primero tenemos que definir cuáles son las actividades fundamentales o tareas principales después las vamos a desglosar por tareas más pequeñas ya que todas implican tiempo. (Sandra Guadalupe López Miranda.)

La Gestión Empresarial, es un término utilizado para describir el conjunto de técnicas y la experiencia de la organización en procesos como planificación, dirección y control eficiente de las operaciones y de las otras actividades de la empresa.

Mientras que el control es una actividad que forma parte de la vida cotidiana de la del ser humano, conscientemente o no. Es una función que se realiza mediante parámetros establecidos con anterioridad, y el sistema de control es el fruto de la planificación y, por tanto, apunta al futuro El control se refiere a la utilización de registros e informes para comparar lo logrado con lo programado.

### **3.7.3 Implementación y revisión del plan de acción**

Una vez que los planes operativos son elaborados deben ser implantados. El proceso de implantación cubre toda la gama de actividades directivas, incluyendo la motivación, compensación, evaluación directiva y procesos de control. Los planes deben ser revisados y evaluados. No existe mejor manera para producir



planes por parte de los subordinados que cuando los altos directivos muestran un interés profundo en éstos y en los resultados que pueden producir. Cuando fue desarrollada por primera vez la planificación formal en la década de los cincuenta, las compañías tendían a hacer planes por escrito y no revisarlos hasta que obviamente eran obsoletos. En la actualidad, la gran mayoría de las empresas pasa por un ciclo anual de planificación, durante el cual se revisan los planes. Este proceso debería contribuir significativamente al mejoramiento de la planificación del siguiente ciclo. (Sandra Guadalupe López Miranda.)

### **¿Cómo elaborar el plan de acción?**

El plan de acción es un trabajo en equipo, por ello es importante reunir a los demás trabajadores comunitarios y a los miembros de la comunidad y formalizar el grupo llamándolo “Comité de planeamiento” u otra denominación.

El plan lleva los siguientes elementos. (Definición, 2008)

- *Qué* se quiere alcanzar (objetivo)
- *Cuánto* se quiere lograr (cantidad y calidad)
- *Cuándo* se quiere lograr (en cuánto tiempo)
- *En dónde* se quiere realizar el programa (lugar)
- *Con quién y con qué* se desea lograrlo (personal, recursos financieros)
- *Cómo saber* si se está alcanzando el objetivo (evaluando el proceso)
- *Cómo determinar* si se logró el objetivo (evaluación de resultados)

Los planes de acción solo se concretan cuando se formulan los objetivos y se ha seleccionado la estrategia a seguir.

Los principales problemas y fallas de los planes se presentan en la definición de los detalles concretos.





Para la elaboración del plan es importante identificare las grandes tareas y de aquí desglosar las pequeñas.

Se recomienda utilizar un “cuadro de plan de acción” que contemple todos los elementos.

ACTIVIDADES	CUANTO	TIEMPO	LUGAR	RECURSOS	SEGUIMIENTO	LOGRO

El plan de acción es un instrumento para la evaluación continua de un programa. Es a su vez la representación real de las tareas que se deben realizar, asignando responsables, tiempo y recursos para lograr un objetivo. (Definición, 2008)



## IV. HIPÓTESIS

### 4.1. Planteamiento de hipótesis

Los servicios integrados brindados por Pro mujer permiten el crecimiento socioeconómico de las mujeres de escasos recursos de la ciudad de Estelí.

**Variable independiente:** Servicios integrados.

**Variable dependiente:** Crecimiento socioeconómico.

## 4.2. Tabla de Operacionalización de Variables

[illegible]



<i><b>Objetivos Específicos</b></i>	<i><b>Dimensiones De Análisis</b></i>	<i><b>Diferenciación operacional</b></i>	<i><b>Categorías/ Índice</b></i>	<i><b>Fuente</b></i>
		el riesgo de su recuperación, provee o se compromete a proveer fondos u otros bienes o garantiza frente a terceros el cumplimiento de obligaciones contraídas por su clienta.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plazo</li> <li>• Monto</li> <li>• Atención a las clientas</li> <li>• Mora</li> </ul>	
Determinar los factores que intervienen en el cambio de vida de sus familias y microempresas.	Factores que intervienen en el cambio de las microempresas	Microempresa es una empresa de tamaño pequeño. Su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento e indicadores económicos (ventas, inversiones, ahorros.</li> <li>• Crecimiento social.</li> <li>• Tecnología.</li> </ul>	Encuesta



<i><b>Objetivos Específicos</b></i>	<i><b>Dimensiones De Análisis</b></i>	<i><b>Diferenciación operacional</b></i>	<i><b>Categorías/ Índice</b></i>	<i><b>Fuente</b></i>
		cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación acotada.		
Proponer un plan de acción para la mejora continua de los servicios brindados por Pro mujer	Plan de acción para la mejora continua de los servicios.	Un plan de acción es un tipo de plan que prioriza las iniciativas más importantes para cumplir con ciertos objetivos y metas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creatividad</li> <li>• Promoción</li> <li>• Evaluación</li> <li>• Integración</li> <li>• Metas</li> </ul>	Encuesta



## **V. DISEÑO METODOLÓGICO**

### **5.1.1 Modalidad a la que pertenece la investigación**

#### **Según la finalidad de la investigación**

##### **Aplicada:**

La investigación es aplicada porque esta dará respuestas al problema planteado del tema a investigar en el cual se desarrollara un plan de acción para el mejoramiento de los servicios integrados que brinda Pro mujer a las mujeres de escasos recursos.

#### **Según el alcance temporal**

##### **Transversal:**

De acuerdo al tema de investigación se proyecta un periodo de tiempo específico siendo el primer semestre del 2015 donde se estudian variables para un lapso de tiempo determinado.

#### **Según el carácter de la medición**

De acuerdo al direccionamiento, fuente del problema y objetivos planteados en el presente tema de investigación, se clasifica la investigación como un enfoque mixto.

La investigación es mixta, debido a que aborda elementos cualitativos como cuantitativos

**Cualitativa:** Tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad suele considerar técnicas cualitativas, es decir, entrevistas abiertas, grupos de discusión o técnicas de observación. Recoge los discursos completos de los sujetos, para proceder luego a su interpretación, analizando las relaciones de significado que se produce en determinada cultura e ideología.

**Cuantitativa:** Es el procedimiento de decisión que pretende, decir, en ciertas alternativas, usando magnitudes numéricas que puedan ser tratadas mediante



herramientas del campo de la estadística. Su naturaleza es descriptiva permite al investigador “predecir” el comportamiento del problema, incluye técnicas como experimentos y encuestas.

Cualitativa porque nos enfocamos en determinar los aportes de los servicios brindados por Pro mujer en el crecimiento socio-económico de las mujeres de escasos recursos de la ciudad de Estelí y cuantitativa ya que se describirán los indicadores de crecimiento, a través de la utilización de técnicas de encuestas donde se procesaran los datos y se evaluara la información con calificación numérica.

### **Según la orientación que asume**

#### **Orientada a la aplicación:**

**Técnicas e Instrumentos:** Para cumplir con los objetivos planteados en la investigación, se hizo uso de tres técnicas de recolección de datos: encuesta, entrevista y guía de investigación documental.

Se seleccionó el muestreo mixto, ya que se procederá a realizar entrevista y encuestas en la comunidad el regadío, montañita, la thompson y barrios de Estelí., participantes de manera voluntaria para la recolección de la información clave para la investigación.

#### **Entrevista:**

Según el Diccionario de la Real Academia Española se define como: “Comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el tema propuesto”.

Se diseñó una entrevista de preguntas abiertas que permitió conocer el funcionamiento del programa, la integración de sus diversas áreas, los resultados e impacto para la institución y para las clientas, los obstáculos y aciertos, así como los retos y oportunidades.

El personal entrevistado fue el siguiente:



- Responsable de crédito
- Asesora de crédito - Estelí.
- Personal de salud.

## **Encuesta**

Según el Diccionario de la Real Academia Española es un conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa, para averiguar estados de opinión o diversas cuestiones de hecho. (Ver anexo No.2)

### **Diseño y validación de la Encuesta.**

Se diseñó una encuesta según los indicadores seleccionados para el estudio, cuyo objetivo es conocer el impacto del programa en el mejoramiento de los negocios, condiciones de vida y de ingreso y, el grado de avance de las socias.

Así mismo, se pretende conocer la implementación de prácticas de salud como son: la realización de PAP y la utilización de servicios de salud.

Los aspectos incluidos corresponden a los siguientes temas:

- Datos Generales.
- Antigüedad en Pro Mujer, monto y destino del crédito.
- Impacto del crédito.
- Valoración de los servicios financieros y no financieros de Pro Mujer.
- Impacto de los servicios de capacitación en salud y atención médica.
- Impacto en el proceso de empoderamiento de las mujeres

**Procesamiento de Información:** Los datos que se recopilaron a través de encuestas y entrevistas fueron procesados por el programa SPSS versión 21, para obtener como resultado la información pertinente a la investigación y dar respuesta a los objetivos planteados.





## Métodos

El procedimiento utilizado en este estudio a investigar se acudió al uso de una metodología adecuada para obtener datos concretos para los resultados.

Los métodos a utilizar son los siguientes:

**Método Inductivo-Deductivo:** Los métodos del abordaje del problema son inductivo-deductivo ya que presenta las características de este tipo. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

### 5.2.1 Métodos y técnicas para recolección de datos

#### Universo

El universo de esta investigación lo constituyen las clientas de escasos recursos que acceden a los servicios que ofrece Pro mujer.

#### Población

De acuerdo al universo de la investigación se encuentran 783 clientas activas que abarcan la ciudad de Estelí, incluyendo los barrios y las comunidades como: regadío, la thompson, la montaña y parte de la zona urbana.

#### Muestra

Para la recolección de la información se tomó una muestra de las clientas que se encuentran ubicadas en la zona delimitada. El tamaño de la muestra se estimó mediante el sistema de muestreo probabilístico aleatorio simple, además permite estimar el tamaño de la muestra necesario para conseguir unos objetivos de error máximo y confianza deseada para la estimación.

La muestra necesaria para realizar la prueba se determinó con la siguiente formula:



$$n = \frac{NZ^2pq}{E^2(N-1) + Z^2pq}$$

Donde:

Z = Nivel de confianza	1.96
N= Universo, tamaño de la población	783
p= probabilidades de éxito es de 0.5	0.5
q= probabilidades de fracaso es de 0.5	0.5
e= error de estimación	0.05
n= tamaño de muestra	258

$$n: \frac{783 \times (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2 \times 783 + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5} = 258$$

### Nivel Óptimo

$$n_{\text{ópt}} = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}} = \frac{258}{1 + \frac{258}{783}} = 194$$

Esto significa que se necesitó una muestra de 194 clientas con el nivel óptimo, para obtener una información confiable con las especificaciones contempladas.

### 5.3.1 Etapas de la Investigación

#### Etapa I: Revisión Documental

Se realizó un proceso de revisión de documentos como manuales, revistas, boucher de pro mujer y utilizando fuentes de libros e internet para la selección y recopilación de información indispensable en el tema investigativo, estos brindaron bases para el desarrollo y formulación de resultados.



## **Etapas II: Elaboración de los instrumentos**

En esta etapa se elaboraron los siguientes instrumentos: la guía de entrevista al responsable de crédito y asesora de crédito, la guía de encuestas las cuales se aplicaron a clientas de Pro mujer durante el primer semestre del año 2015.

La aplicación de encuestas tuvo el objetivo de obtener información acerca de los aportes de los servicios brindado por Pro mujer en el crecimiento socio-económico de las mujeres de escasos recursos y dar cumplimiento a los objetivos planteados en la investigación.

## **Etapas III. Trabajo de campo**

Se aplicaron 194 encuestas a clientas de Pro mujer de la ciudad y barrios de Estelí, incluyendo El Regadío, La Montañita y La Thompson durante el primer semestre 2015.

Además se aplicaron dos entrevistas al responsable de crédito y asesora de crédito, completando la información requerida por la aplicación de instrumentos.

## **Etapas IV: Elaboración del informe final**

Una vez recopilada la información se procesaron los datos brindados en la aplicación de entrevistas y encuestas, utilizando para ellos el programa SPSS versión 21 para el análisis y evaluación de información y que fueron fundamentales para la formulación de conclusiones y resultados verídicos.



## **VI. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

### **6.1. Servicios brindados por Pro mujer Estelí**

#### **6.1.1. Pro mujer Estelí**

Pro Mujer es una institución que busca promover el empoderamiento de la mujer a través de la oferta de servicios integrados de crédito, salud y capacitación lo que permitirá a las mujeres potencializar sus capacidades y aprovechar las oportunidades en la búsqueda de una vida plena en libertad y equidad. Actualmente realiza sus operaciones en los barrios de la ciudad y sus comunidades llegando a las mujeres en zonas alejadas donde se encuentra un alto índice de pobreza, para ayudarlas en la potencialización de sus negocios en el crecimiento y desarrollo socioeconómico.

Entre los elementos por los que se ha distinguido Pro Mujer está la capacitación que ofrece a todas sus clientas. Los tópicos que se abordan en las capacitaciones son de diferente índole, aunque se privilegian los temas de tipo administrativo y financiero, también se incluyen otros para desarrollo personal, ventas, imagen, autoestima y género.

Otro servicio que Pro Mujer integra a sus productos y que se configura como un valor agregado, es la gestión de servicios para el cuidado y la salud de sus clientas como por ejemplo, exámenes para el diagnóstico de disfunciones visuales, Papanicolaou, diagnóstico y tratamiento de caries bucales, entre otros.

Pro Mujer, considerando la importancia del enfoque de género, no excluye a los hombres que tienen acceso limitado al crédito y a la capacitación. Se procura trabajar en las áreas pobres y pobladas de las zonas urbanas, suburbanas y rurales.

Uno de los objetivos del servicio de crédito de pro mujer en base a la misión de Pro mujer es apoyar y fortalecer la economía de las mujeres de escasos recursos con pequeños negocios, contribuir a su desarrollo personal, ya que el crédito se utiliza como herramienta para hacer transformaciones en las vidas de las mujeres tanto económicamente como social. (Salgado, 2015)



## Misión y Visión de Pro mujer

### Misión:

Pro Mujer es una organización de desarrollo de la mujer que proporciona a las mujeres de bajos recursos de América Latina los medios para generarse el sustento y labrar un futuro para sus familias a través de los micros finanzas, la Capacitación en negocios y el apoyo en salud.

### Visión:

Pro Mujer sostiene que para lograr un desarrollo pleno de las naciones es necesaria la inclusión de valores y potencialidades de la mujer, haciendo que ella ejerza roles activos en todos los procesos de desarrollo personal y comunitario.

### Valores

**Calidez Humana:** Trato amable, respetuoso, tolerante entre colaboradoras, hacia nuestras clientas y comunidad.

**Transparencia:** Información suficiente, confiable y disponible a clientas, aliados estratégicos y público en general

**Integridad:** Personal honrado, leal, honesto y comprometido con sus clientas y la institución.

**Equidad:** reconocimiento de las brechas de inequidad entre hombres y mujeres para brindar oportunidades. (Salgado, 2015)

### Servicios Integrados que Ofrece Pro mujer

1. **Crédito:** Con enfoque de género bajo la tecnología crediticia de:
  - 1) Bancos Comunes: Las Asociaciones Comunes, son grupos o pequeñas organizaciones de 15 a 48 mujeres (socias), de un mismo barrio o comunidad a quienes se les enseña cómo organizar y gestionar sus propias asociaciones comunes. A lo interno de cada asociación se eligen las mesas directivas compuestas por presidenta, secretaria, tesorera, Promotora de desarrollo comunal y promotora de Salud, ésta última es entrenada como multiplicadoras de temas de capacitación en salud.



2) Grupos Solidarios: son una derivación de asociaciones para dar respuesta a las necesidades de las mujeres que han decidido incrementar sus montos de crédito después de haber tenido experiencia de crédito en asociaciones comunales. Son grupos de 3, 5 o 14 mujeres que han pertenecido a asociaciones comunales, deciden desvincularse para acceder a montos mayores de crédito, para invertir en sus actividades económicas y mejorar sus negocios.

### **Tipos de Créditos:**

- I. **Crédito Regular:** Es considerado crédito de asociaciones comunales, a cualquier préstamo otorgado a un grupo de personas (mayormente mujeres) en ciclos y que a su vez se distribuye entre sus integrantes, que conforman una asociación, los créditos a asociaciones comunales son otorgados bajo garantía colectiva (solidaria) del grupo.
- II. **Crédito Tinajita:** Se utiliza en la organización de las asociaciones comunales con una forma de dar respuestas a las necesidades de las mujeres que ha decidido adquirir otro crédito durante el transcurso del ciclo de crédito vigente.
- III. **Crédito Escolar:** Es un crédito de temporada destinado a sufragar los gastos educativos en el que incurren las clientas en beneficios de ellas o de sus hijos al inicio del año escolar.

Este crédito será utilizado para la adquisición de útiles escolares:

- Compra de uniformes, zapatos etc.
  - Pago de matrícula escolar.
  - Todo lo que se necesita para la educación de las clientas Y/O hijos e hijas.
- IV. **Crédito de Vivienda:** Los servicios financieros de vivienda de Pro mujer están dirigidos al núcleo familiar de las clientas con préstamos vigentes en las asociaciones comunales.

El préstamo está destinado para los siguientes usos:



- **Mejoramiento de la vivienda:** Son inversiones a corto plazo que incrementan el valor de la vivienda, tales como: la instalación de un baño, sustitución de una parte o total de la estructura del techo, reforzar seguridad de vivienda (puertas, ventanas), instalación de desagüe de aguas negras, instalación de lavadero, instalación de pantry, instalación de pisos, instalación de cielo raso, instalación de closet, repello de paredes, reforzamientos de paredes y otros.
- **Ampliación de vivienda:** Se entiende como ampliación de vivienda la inversión a mediano plazo, destinada a aumentar los metros de construcción de la vivienda, tales como: construcción de paredes, muros perimetrales, cuarto de cocina, dormitorios entre otros.
- **Construcción progresiva:** Es la inversión de largo plazo cuyo fin es la construcción del 100% de la vivienda y que Pro mujer hace posible bajo el método de crédito progresivo.

- V. **Crédito individual:** Está orientado a clientas y ex clientas graduadas de la metodología de asociación comunal, es decir clientas que se formaron en una asociación comunal.
- VI. **Créditos de Oportunidad:** Son subgrupos que se organizan a lo interno de las asociaciones comunales constituidos de 3 a 20 mujeres que han decidido inyectar más capital a sus negocios para aprovechar épocas del año donde tradicionalmente hay mejores y mayores ventas (Navidad, Semana Santa, Fiestas Patronales, otras). (Salgado, 2015)

Cada préstamo está ligado a un negocio principal de generación de ingresos, para proteger a las clientas de asumir demasiada deuda, Pro mujer les ofrece préstamos “por pasos”, cada paso tiene un plazo promedio de 4 a 8 meses y un monto mínimo y un máximo. Una vez que las clientas culminan su primer ciclo de préstamo y establecen un buen historial de pago, pueden avanzar al siguiente paso para recibir préstamos mayores. (Pro mujer Creating Opportunities, 2014)

2. **Capacitación:** Los talleres de formación de capacidades imparten en las clientas conocimientos para ser más independientes económicamente y tomar decisiones de manera informada.



Habilidades de negocios y alfabetización financiera: las clientas aprenden los fundamentales de cómo administrar y hacer crecer un negocio y como evaluar y hacer seguimiento de la competencia, para que puedan tomar decisiones financieras sólidas.

Empoderamiento: Violencia doméstica, comunicaciones y habilidades de liderazgo y cuestiones de género son solo algunos de los temas que se abordan para ayudar a las clientas a ganar autoestima y confianza. (Pro mujerCreating Opportunities, 2014)

Aprovechando las reuniones de pago, PRO MUJER brinda capacitación en con el objetivo fomentar la estabilidad de la organización de la asociación comunal y el grupo solidario; que la mujer desarrolle su potencial, reconozca y reivindique sus derechos básicos. (Salgado, 2015)

Los temas en que se capacitan son los siguientes:

- Salud (Salud Sexual Reproductiva, Violencia Intrafamiliar y Género, Planificación familiar, nutrición alimenticia)
- Administración y Gestión de Asociaciones Comunales y Grupos Solidarios.
- Potencialización: Derechos de la Mujer, Liderazgo y Autoestima.
- Gestión Comunitaria: Organización, Liderazgo, Diagnóstico Comunitario, Autogestión.
- Orientación y Destrezas Básicas de Negocios. (Salgado, 2015)

3. **Atención en Salud:** La educación en salud preventiva y la atención primaria en salud son cruciales para las clientas. Una enfermedad puede ser perjudicial no solo para su salud, sino también para sus negocios y ahorros. (Pro mujerCreating Opportunities, 2014)

Pro Mujer enseña a las mujeres a cuidar de su salud sexual y reproductiva a través de la capacitación sobre métodos de planificación y prevención de enfermedades de transmisión sexual, igualmente brinda atención en salud sexual y reproductiva. Pro Mujer conecta a las mujeres con servicios de salud a través de convenios interinstitucionales. (Salgado, 2015)





Los servicios de salud que se brindan son:

- Consulta Médica Ginecológica.
- Realización de exámenes de Papanicolaou, Glicemia y Electrocardiograma
- Consulta General Integral.
- Planificación familiar.
- Servicio por demanda.
- Modelo vida sana.
- Capacitaciones en salud.
- Jornadas de salud en las comunidades.
- Chequeo básico. (Sandoval Talavera, 2015)

Los objetivos de los servicios de salud son: Prevenir el cáncer cérvico-uterino y brindar atención a mujeres que no tienen acceso en sus comunidades. La condición para tener acceso a servicios médicos es “Ser socia de pro mujer”, también se atiende a sus familiares y público en general.

Los principales logros que ha tenido esta área es salvar vidas, sobre todo aquellas pacientes diagnosticadas con cáncer cérvico-uterino. Acceso a mujeres de escasos recursos a la salud. Las mayores dificultades que se ha tenido para brindar este servicio son los factores culturales y comunidades muy alejadas.

Los retos de esta área es continuar con la medicina preventiva, es lo ideal; seguir atendiendo con mejor calidad a la población meta que son las clientas y las metas a mediano plazo que se plantean es brindar un nuevo modelo de salud, con el cual tendrán más acceso a las diferentes especialidades. (Sandoval Talavera, 2015)

#### **4. Desarrollo y Fortalecimiento de Redes Comunitarias.**

- Red de Promotoras de Salud.
- Red de Desarrollo Comunal.
- Grupos de Auto Ayuda para combatir la violencia doméstica y a acceder a servicios legales.
- Grupos Consultivos. (Salgado, 2015)



## Requisitos para acceder a los servicios

- ❖ Asociaciones comunales se refiere a la metodología que provee acceso a servicios de crédito, ahorros y servicios complementarios de salud y desarrollo humano a través de grupos conformados dentro de una comunidad y que son organizados en asociaciones.
- ❖ Una asociación comunal debe contar con un mínimo de dos (2) grupos solidarios, cada uno integrados mínimamente de cuatro (4) personas y un máximo de ocho (8) personas, habiendo en una asociación comunal como mínimo ocho (8) personas y máximo cuarenta y ocho (48) personas.
- ❖ Los integrantes de las asociaciones comunales o grupos solidarios deben pertenecer a la misma zona, comarca, sector, con permanencia permanente, y estar dispuestas a garantizarse mancomunadamente, lo que supone conocimiento cercano y confianza mutua entre todas.
- ❖ Cada clienta al interno de una misma asociación comunal puede tener como máximo dos (2) familiares, siempre y cuando tengan independencia económica llamase negocio propio y casa propia aunque sea en el mismo terreno, pero deben de ingresar en diferentes grupos solidarios.
- ❖ Los cónyuges de las clientas y de cualquier funcionaria de pro mujer no podrá formar parte de una asociación comunal.
- ❖ Si dos o más clientas son socias en un negocio y ambas solicitan crédito en pro mujer, únicamente se le dará crédito a una de ellas.
- ❖ Las integrantes de las asociaciones comunales deben tener de 18 a 65 años de edad. Toda clienta que cumple 65 años estando activa en la asociación comunal no debe ser retirada por haber alcanzado el límite de edad permitido, pudiendo continuar hasta que decida salirse de la asociación comunal.
- ❖ Las asesoras de crédito, no deben de tener lazos de consanguinidad ni de afinidad con las integrantes de las asociaciones comunales a su cargo, si hubiera familiares deben ser atendidos por otra asesora.
- ❖ Personas dispuestas a garantizarse solidariamente.
- ❖ Personas que tengan negocio establecido con un mínimo de 4 meses.
- ❖ Las asociaciones comunales se formarán con un 90% de mujeres y el 10% de hombres.



- ❖ Edad de 18 a 65 años.
- ❖ Personas que tengan cédula de identidad.
- ❖ Estar dispuestas a capacitarse en Pro Mujer. (Salgado, 2015)

#### **6.1.4 Metodología de trabajo**

Cada 14 o 28 días las Asociaciones Comunales y los Grupos Solidarios se reúnen para efectuar sus pagos. Estas reuniones son atendidas por personal de Pro Mujer (Promotoras de Crédito y Educadoras de salud).

Los primeros 30 minutos de la reunión se dedicó a la capacitación en salud, gestión de asociaciones comunales o grupos solidarios y el resto del tiempo a la actividad de crédito.

Los depósitos bancarios son efectuados en la fecha exacta en que se realizan las reuniones de pago. (Salgado, 2015)

#### **6.2 Dificultades presentadas por las mujeres de escasos recursos al optar al Crédito en Pro mujer**

Pro mujer es una organización que trabaja bajo la metodología de asociaciones comunales, sin excepción alguna y como ya se conoce está destinado a las mujeres más pobres dentro de una localidad, debido al sistema de trabajo y bajo muchos factores se encontraron las siguientes dificultades que las mujeres enfrentan al momento de optar a un crédito en Pro mujer, los cuales son los siguientes:

- No poseer un negocio propio lo cual le impide a la mujer optar al crédito para financiar la creación de un negocio que ella quiera instalar.
- No encontrar mujeres dispuesta de una misma localidad para formar una asociación comunal y beneficiarse de los servicios que brinda Pro mujer; ya que Pro mujer solo otorga créditos grupales al inicio.
- No estar de acuerdo a trabajar bajo la garantía solidaria.
- Tener lazos de consanguinidad o afinidad con las asesoras de crédito.
- No contar con un buen record crediticio en la central de riesgo.
- Mayor riesgo de fracaso y pérdida.
- Mayor vulnerabilidad frente a situaciones de riesgo.



- Poseer cédulas en mal estado o ilegible.
- No tener la aceptación de los integrantes de las asociaciones comunales y del grupo solidario.
- Ser mayor de 65 años de edad, a excepción de que los cumpla trabajando con Pro mujer y desee continuar.
- Dispersión geográfica y aislamiento (Espinoza., 2015)

### **6.3. Factores que contribuyen a mejorar el nivel de vida de las clientas de Pro mujer**

#### **6.3.1. Factores Económicos**

Los factores productivos son esenciales en el crecimiento económico de las clientas ya que estos intervienen en el cambio de vida que estos generan al ser aplicados de forma racional en un periodo de tiempo determinado.

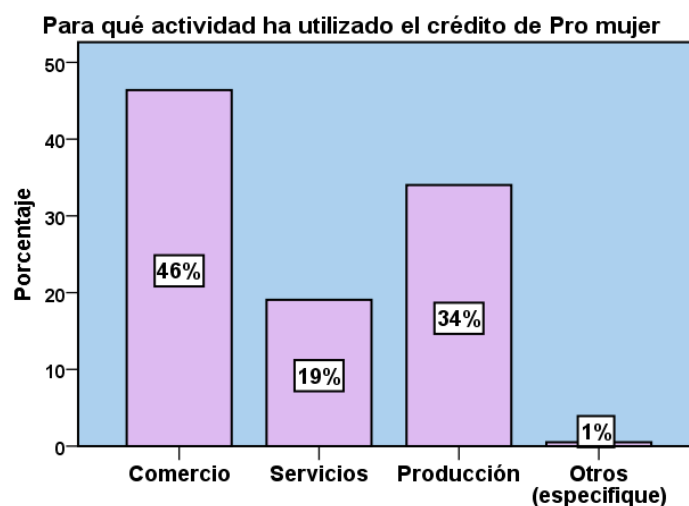
Tomando en cuenta los factores productivos por el escritor Samuelson Paul en el libro de economía se identificó que el recurso humano, formación de capital y la tecnología son los que sean utilizados en el crecimiento económico los cuales se mencionaran a continuación:

**Recurso humano (mano de obra):** hace referencia al trabajo productivo que realizan las clientas y a que actividad comercial se dedican.

El crédito que brinda pro mujer a las mujeres de escasos recursos ha sido utilizado mayormente en las siguientes actividades económicas como se puede observar en el gráfico No. 2, donde el sector de comercio está representado por un 46% que incluye venta de ropa nueva, americana, zapatos, cosméticos, pulperías, ventas de granos básicos, venta de verduras etc. Como segundo valor se encuentra el sector producción con un 34% que abarca panaderías, tortillas, bisuterías y confección de ropa; el sector de servicios con un 19% entre ellos está los comedores y cyber.



**Gráfico No.1 Giro del negocio de las clientas**



Fuente: Elaboración Propia.

Existe una diversificación amplia en el desarrollo de las pequeñas empresas de las clientas porque son negocios familiares, en las cuales trabajan con esmero y responsabilidad para que cada día aumente su crecimiento económico garantizando un ingreso estable con el apoyo que Pro mujer les brinda, ya que ellas no poseen otras fuentes de financiamientos para invertir en sus negocios y sostener sus actividades económicas.

Las mujeres no corren el riesgo de perder con sus pertenencias materiales, ya que Pro mujer trabaja con la metodología de garantía solidaria, en donde ellas se comprometen a responder cuando una de las socias por alguna emergencia no puede realizar el pago de la cuota pero que al final del período se desembolsa con el ahorro.

**Formación de capital:** son todos aquellos bienes que nos sirven para producir otros bienes. Son aquellos recursos económicos susceptibles de reproducirse y que ayudan en el proceso productivo; está constituido por las inversiones en: maquinaria, equipo, mobiliarios, instalaciones, edificios, etc. (Factores Productivos)

Se mencionan los recursos que se emplean para producir bienes y servicios ya que es indispensable para construir el capital de las clientas. En donde se pueden distinguir 4 clases:

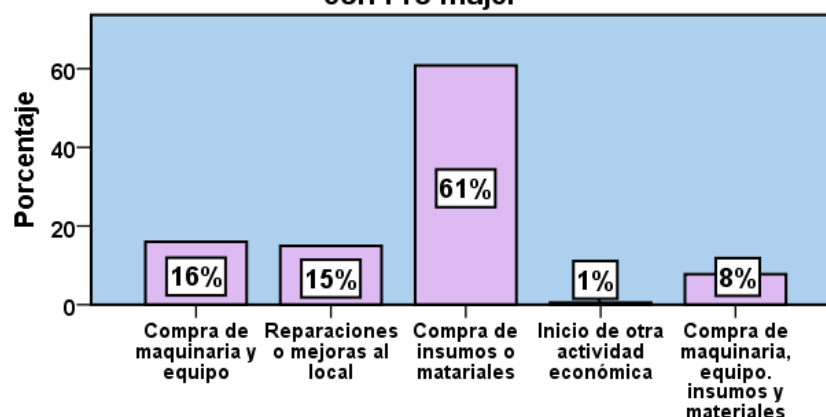


- **Capital físico:** es el formado por los elementos materiales tangibles. En este aspecto se tiene que las mejoras que las clientas han realizado en sus negocios se estima que el 89% realiza compra de insumos o materiales, en dependencia de la actividad económica que realice ya sea comercial, productiva y de servicio.
- **Capital humano:** es la educación que las clientas reciben a través de las capacitaciones que brindan las asesoras, en las cuales se imparten habilidades de negocios y alfabetización financiera en donde las clientas aprenden lo fundamental de cómo administrar, hacer crecer un negocio y como evaluar y hacer seguimiento de la competencia, para que puedan tomar decisiones financieras sólidas y reciben orientación y destrezas básicas de negocios.
- **Capital financiero:** es el dinero que Pro mujer otorga a las clientas a través del crédito que las mujeres necesitan para formar una microempresa y mantener su actividad económica. Ya que éste es uno de los factores indispensables, en donde a veces muchas mujeres no tienen acceso a otras fuentes que les ayude a generar sus negocios.
- **Tecnología:** ha sido uno de los avances en las mujeres ya que les ha permitido aumentar la producción usando la misma cantidad de recursos en menor tiempo. En donde el 16% de las clientas indica que han invertido en la compra de materiales y equipo en el sector comercial, entre estos se tienen: refrigeradoras, vitrinas, estantes, maquinaria, equipos de trabajo, batidoras, computadoras, impresoras entre otros.



## Gráfico No.2 Inversiones al negocio

Qué inversiones ha hecho al negocio producto del préstamo con Pro mujer



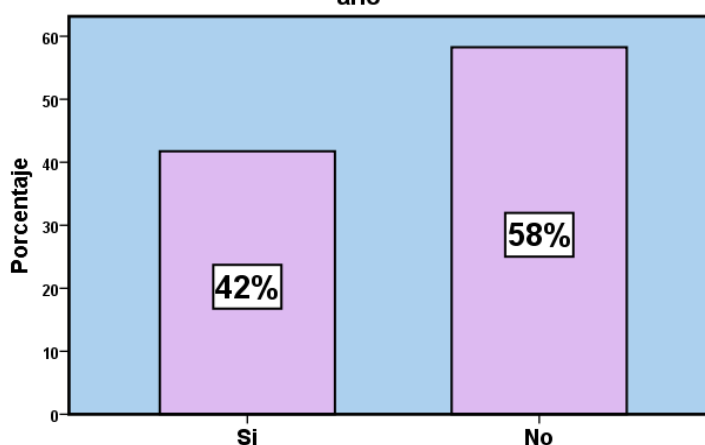
Fuente: Elaboración Propia.

### 6.3.2 Mejoras en la infraestructura de viviendas

Otro factor importante a tomar en cuenta en el cambio de vida de las mujeres es el mejoramiento, ampliación y construcción progresiva de las viviendas de las clientas en donde habitan ya que a través de esto se determina el avance que han tenido las clientas, dando como resultado que el 42% han realizado mejoras en sus casas durante el periodo de trabajar con la institución y obteniendo mayor comodidad habitacional y el 58% no han realizado mejoras en sus viviendas, esto obedece al tiempo que tienen de trabajar con Pro mujer, también porque optan en la inversión de sus negocios no en sus viviendas.

## Gráfico No. 4 Mejoras en viviendas de las clientas

Ha realizado alguna mejora a su vivienda durante el último año



Fuente: Elaboración propia.



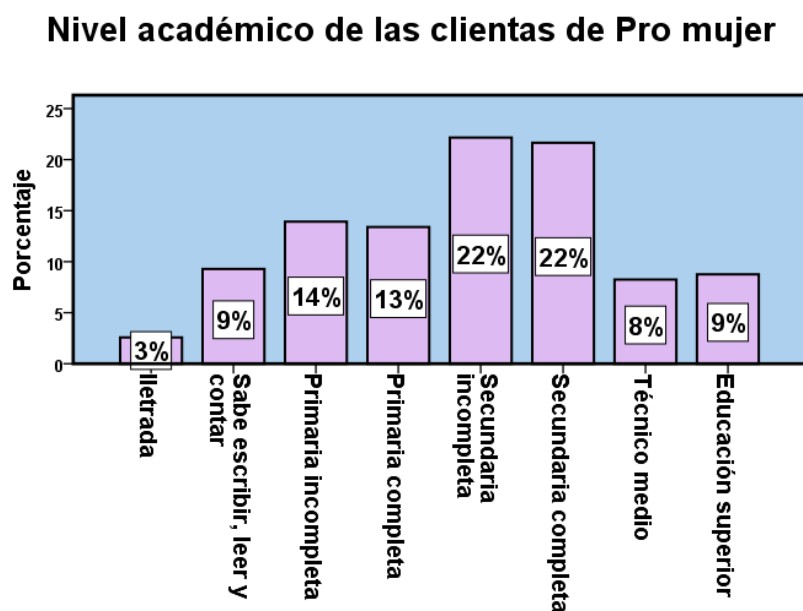
**Beneficio económico:** hace énfasis en que las familias tienen un grado de sustento satisfactorio, ya que al invertir en sus microempresas les va a generar utilidades que pueden solventar los gastos en educación, salud, porque el crecimiento económico genera un mejor ingreso de vida y por ende hay un incremento en bienes materiales e ingresos monetarios.

### 6.3.2 Factores Sociales

Los factores sociales que intervienen en el cambio de las clientas de Pro mujer son:

**Educación:** tomando como primer lugar el nivel académico de las mujeres ya que es imprescindible en el nivel de vida de las clientas de Pro mujer en el cual se encuentra en un nivel medio ya que se tiene el 22% con estudios de secundaria incompleta y terminada, un 14% de mujeres que completaron la primaria y 13% que no cursaron su primaria completa, un 17% que concluyeron un técnico medio y educación superior siendo estas las clientas que tienen un conocimiento más amplio a nivel empresarial y que entienden con facilidad lo que se les orienta y pueden desarrollar estrategias de ventas, para la ampliación de sus negocios, como se observa en el gráfico No.5.

**Gráfico No. 5 nivel Académico**



Fuente: Elaboración propia.





El nivel académico es un factor de mucha importancia ya que facilita la captación de las capacitaciones con mayor rapidez que brindan las asesoras y los desenvolvimientos de cargos en la asociación comunal.

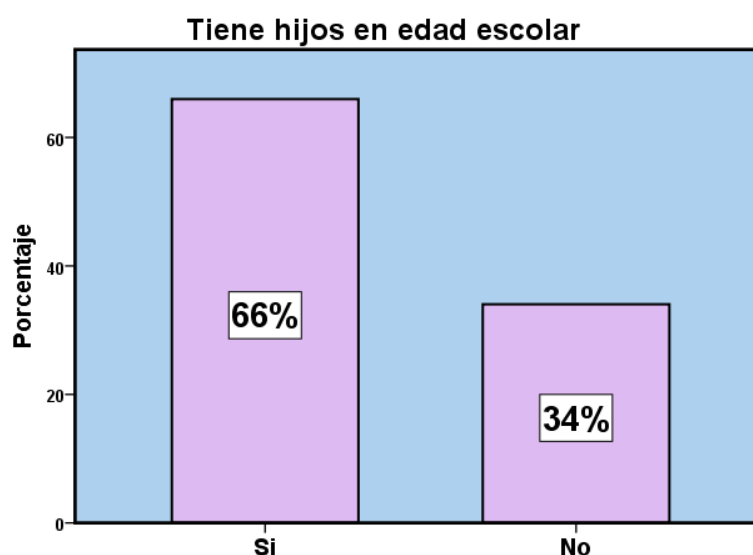
Las clientas que no concluyeron con su nivel académico se debió a factores como: falta de recursos y aislamientos de escuelas, el cual representa el 5% de las personas de 60 años a más.

Como segundo lugar se abordará la educación de los hijos de las clientas de Pro mujer:

### Hijos de clientas en edad escolar

Del total de las clientas el 66% tienen hijos estudiando, lo cual motiva a las clientas, a solicitar créditos escolares de los que Pro mujer ofrece ya que se le facilita para el estudio de sus hijos a esforzarse a mejorar sus microempresa para que estas le produzcan mejores ganancias y por ende tener un mejor ingreso económico para responder a las necesidades de su familia; y un 34% lo representan mujeres jóvenes y adultas mayores.

**Gráfico No. 6 Hijos de clientas en edad escolar**

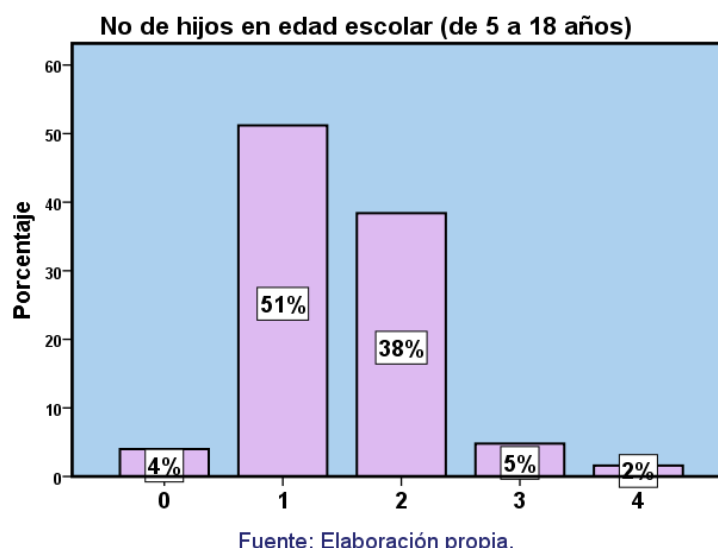


Fuente: Elaboración propia.

Existe un 96% de hijos de clientas que estudian en primaria y secundaria, entre las edades de 5 a 18 años de edad; en donde el 51% representa a las clientas que tienen solo un hijo y el 38% que tienen dos hijos estudiando.

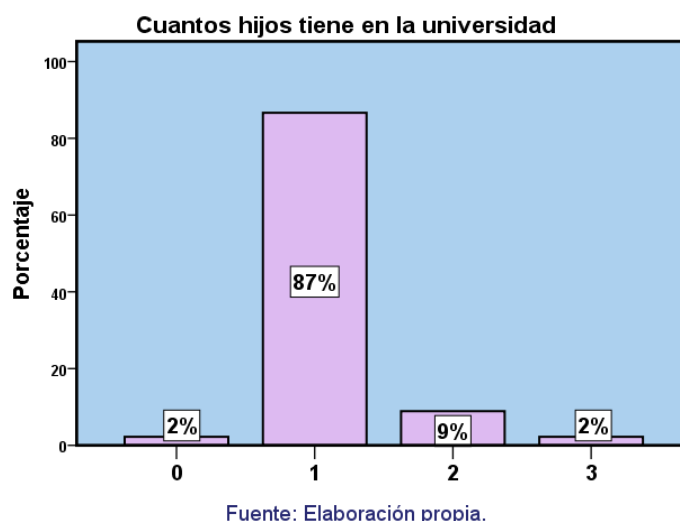


**Grafico No. 7 Hijos de clientas en estudios primarios y secundarios**



El 98% de las clientas que se le aplicó la encuesta tienen de 1 a 3 hijos estudiando en la universidad. Esto representa un crecimiento social en la vida de las mujeres; ya que apoyan a sus hijos para formarse como profesionales y en un futuro tener un grado de estabilidad económica.

**Gráfico No.8 Hijos de clientas en la universidad**



Las clientas que tienen hijos en la universidad son las que se esfuerzan más por aumentar sus ganancias en sus negocios, ya que hay mas gastos y quieren que sus hijos lleguen hacer grandes profesionales logrando lo que ellos no pudieron tener.



**Servicio de salud:** es un servicio social que ofrece Pro mujer porque la atención en salud es indispensable para las clientas, en la detección de enfermedades que pueden ser graves e incluso mortales con un alto precio monetario. Esto con lleva a que las mujeres estando sanas pueden ejercer sus labores, sacar adelante a sus familias y aprovechar el tiempo en realizar sus actividades empresariales.

La mayoría de las clientas que han accedido consultas médicas consideran este servicio bueno ya que es una ventaja para esta institución, representado por el 81%. El 18% expresa que lo consideran regular y el 1% refleja que son malos.

Dentro de los servicios se mencionan:

- Consulta Médica Ginecológica.
- Realización de exámenes de Papanicolaou, Glicemia y Electrocardiograma
- Consulta General Integral.
- Planificación familiar.
- Servicio por demanda.
- Modelo vida sana.
- Capacitaciones en salud.
- Jornadas de salud en las comunidades.
- Chequeo básico. (Sandoval Talavera, 2015)

### **Estatus cambiante y autonomía de la mujer en la sociedad:**

En la actualidad se ha visto el cambio que han tenido las mujeres ya que hay toma de conciencia del poder individual, colectivo, equidad de género que ostentan las mujeres y que tienen que ver con la recuperación de la dignidad como personas por esta razón el crédito ayudan a las clientas a sostener una actividad económica y con lleva a su crecimiento personal y social.

Por otra parte les ayuda en la autonomía, toma de decisiones en el hogar, a reflexionar sobre sus derechos y capacidades, a mejorar su autoestima y valorándose como personas, debido a que desempeñan un papel importante ante la sociedad.



También es importante destacar que el 50 % de las clientas son madres solteras y les toca hacer el rol de padre y madre a la vez luchando para sacar a sus hijos adelante y tratar de darle condiciones de una vida digna.

Es importante resaltar que en las conversaciones durante el llenado de encuesta las mujeres expresan “no quiero que mis hijos repitan mi historia, sufriendo todo lo que yo he vivido, porque quiero que en un futuro sean personas de bien y ayuden no sólo al desarrollo de mi familia sino al de la sociedad en que vivimos”. (Empresarias de pro mujer, 2015)

#### **6.4. Aportes de los servicios brindados por Pro mujer en el crecimiento socio-económico de las mujeres de escasos recursos**

El servicio de desarrollo empresarial de Pro mujer se ha diseñado respondiendo a las necesidades y características de una población rural que sufre múltiple discriminación, en donde las clientas de Pro mujer constituyen el estrato más pobre de la población. Este proceso tiene un efecto multiplicador en la precepción de la mujer a nivel individual y comunitario. Por lo cual se lograron identificar los siguientes aportes:

##### **Desarrollo laboral**

Un aporte indispensable y único que distingue a esta institución es la oportunidad que tiene las clientas de trabajar dentro de esta, ya que cuando hay una vacante en el área de crédito se priorizan las mujeres.

##### **Desarrollo económico**

Se observó que tienen bienes cualitativamente mejores en cuanto al servicio de capacitación y crédito es favorable en las áreas de educación, salud, alimentación y viviendas. Los montos de crédito presentan una tendencia creciente desde el primer crédito hasta la actualidad.

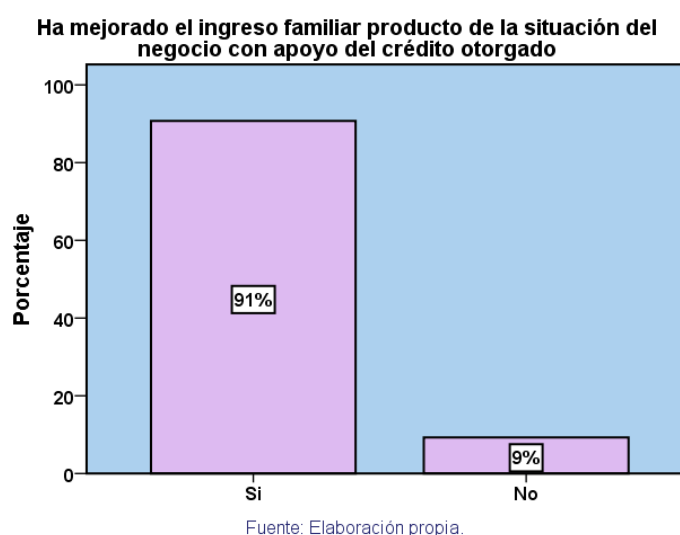


## Comparacion sin y con crédito en el negocio

Al realizar la comparacion sin y con credito las clientas responden que la situación actual al acceder al servicio de crédito en comparación a cuando no tenían este apoyo ha incrementado en su nivel de vida en un 91% lo que indica que la situación en el ingreso familiar ha mejorado gracias al apoyo de Pro mujer.

El 9% son clientas que apenas han iniciado el proceso de trabajar con créditos y expresan que su nivel de vida ha seguido estable por lo cual no se observa ninguna mejora teniendo en cuenta los ciclos que se están llevando a cabo ya que esto representa que están iniciando a trabajar con Pro mujer, por lo cual no se observa ninguna mejora.

**Gráfico No.9 Mejoras en el ingreso familiar**

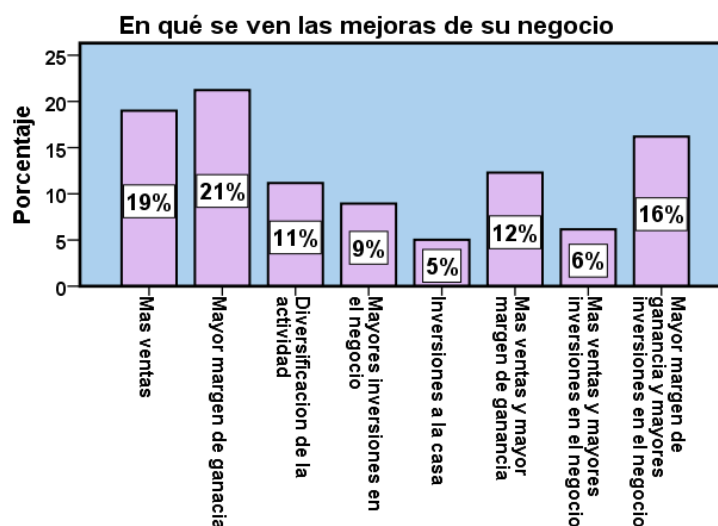


## Avances de mejoras en los negocios de las clientas

Los avances de los negocios de las clientas se ven reflejados en la existencia de un mayor margen de ganancia de 21% ya que con el crédito que invierten existe una variedad de productos que ellas comercializan y en el ámbito de producción ellas elaboran nuevos productos para aumentar sus ingresos económicos esto con lleva a que la demanda aumente donde se refleja un 19%.



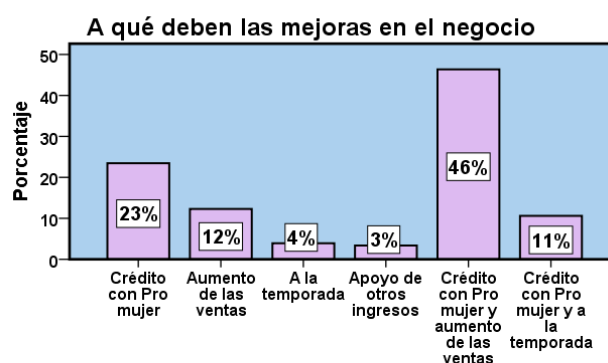
**Gráfico No. 10 Mejoras en el negocio de las clientas**



Fuente: Elaboración propia.

Las socias respondieron que las mejoras en sus negocios se deben al crédito con pro mujer y aumento en las ventas ya que da un 46%, en donde el financiamiento es con garantía solidaria dando esto una gran oportunidad de crecimiento y ampliación en sus negocios, ya que esto es una fortaleza para Pro mujer. Continuando con 23% demuestran que uno de los motivos de la mejora en sus negocios es debido al crédito con Pro mujer; y el 11% al crédito con Pro mujer y a la temporada; la minoría define que las mejoras son por aumento de las temporadas con 12%, a la temporada con un 4% y por último se refiere a apoyo de otros ingresos con 3%.

**Grafico No.11 motivos de mejoras en el negocio**



Fuente: Elaboración propia.

El aporte de implementación de estrategias en la mejora de sus compras, elaboran planes de acción y lo ejecutan para mejorar sus negocios. Permite



mejorar sus actividades económicas, capacidades de gestión de negocio o puedan crear nuevas actividades más rentables.

### **Recurso de vivienda**

Cuando las clientas ya tienen varios ciclos de créditos se les da la oportunidad de optar al crédito de vivienda donde puedan mejorar, ampliar, construir y reparar sus viviendas.

### **Educación**

Los cargos de la directiva de la asociación comunal, permiten a todas sus integrantes en algún momento de su funcionamiento, tener roles de presidenta, tesorera, secretaria, responsable popular de salud, responsable popular de negocio que sin tomar en cuenta su estado o su nivel de educación tienen roles de dirección y liderazgo en beneficio de sus compañeras y propios teniendo como resultado líderes potenciadas, capacitadas para ejercer actividades de liderazgo en sus comunidades.

### **Asesoramiento**

El aporte de asistencia técnica el cual consiste en un asesoramiento individualizado a las clientas que se inician con un diagnóstico de negocio para establecer un programa de mejoras y dar un mejor servicio de atención a las clientas, han permitido que las mujeres fortalezcan exitosa mente su rol como generadoras de ingresos y descubran la importancia de su trabajo, también es un beneficio porque Pro mujer llega hasta los lugares más aislados de la zona rural.

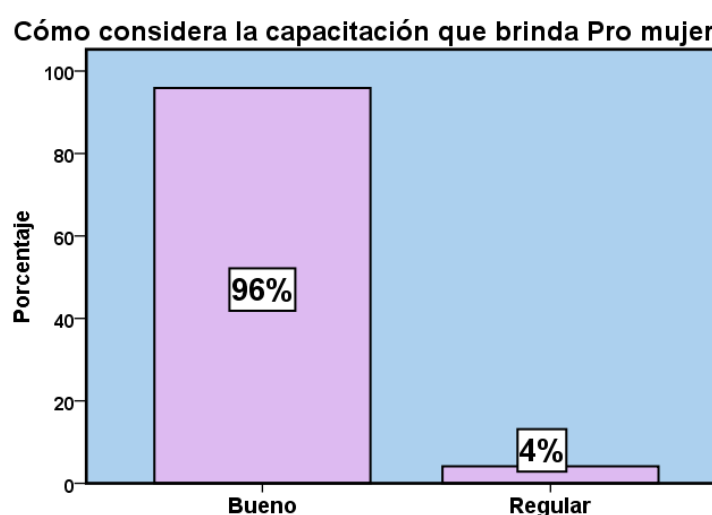
### **Salud**

Aporte de implementación de la estrategia de servicios de salud dando respuesta a las principales problemáticas enfrentadas por sus clientas, entre ellas la más destacada es el cáncer cérvico uterino (una de las principales causas de muerte en las mujeres en Nicaragua), planificación familiar, grupos de auto ayuda dirigidos a disminuir la violencia intrafamiliar.



Otro aporte es la transformación de actitudes de las clientas en la toma de decisiones y autonomía económica porque están logrando generar y sostener sus propios empleos, llevar ingresos al hogar promoviendo así el liderazgo. En cuanto al crédito contribuye al fortalecimiento y desarrollo del negocio, beneficia a través del mejoramiento de viviendas y el ingreso familiar. Se desarrollan soluciones conjuntas en donde las mujeres tienen mayores oportunidades en el ámbito social y económico.

**Grafico No.12 Capacitación**



Fuente: Elaboración propia.

## Capacitación

En la capacitación el impacto ha sido positivo en cuanto a ingresos tanto del negocio como familiares ya que sus volúmenes de ventas, sus ganancias y sus egresos han logrado una utilización eficaz y con eficacia. Presentan mayor permanencia y estabilidad en sus negocios actuales en términos de mayor tiempo de experiencia y tenencia del negocio.





### 6.3. Plan de Acción para mejora continua de los servicios de Pro mujer

Pro mujer					
Acciones	¿Qué?	¿Cómo?	¿Con qué?	¿Cuándo?	¿Quién?
	Programas	Acciones inmediatas	Recursos necesarios	Plazo	Responsable
Realizar la construcción de un local más grande en esta área, para minimizar el tiempo y realizar el desembolso en un lugar adecuado.	Capacitación en mejorar atención a las clientas	Solicitud de presupuesto en materiales de construcción Enviar por correo a la casa matriz para la evaluación de propuesta	Recursos Humanos Monetarios	Periodo conveniente	Gerente general o de centro focal
Diseñar nuevas estrategias en base a los servicios médicos	Capacitación en satisfacción de las clientas y del personal	Recibir Capacitación	Recurso humano	Periodo según la empresa	Gerencia
Implementar un programa de marketing para promover los servicios que ofrece Pro mujer.	Capacitación sobre marketing empresarial	Determinación de la institución a quien se requerirán las respectivas capacitaciones.	Humano financiero Materiales tecnológicos	Según lo establezca la institución.	Jefe de departamento de comercializació



		Establecer costos financieros.			n
Crear un servicio adicional médico en odontología y pediatría.	Programa de capacitación familiar integral	Realizar convenios con centros médicos que tengan esta finalidad.	Humano Financiero	Según lo establezca la institución.	Doctora de centro focal
Implementar un programa de evaluación de desempeño laboral.	Desarrollo de programas de evolución de desempeño y comportamiento organizacional.	Establecer costo de material informativo a difundir.	Humanos Financieros tecnológicos materiales	Según lo establezca la institución.	Gerente del centro focal



## VII. CONCLUSIONES

- Al realizar el análisis de los resultados se logró tener una visión más amplia de lo valioso y significativo que representan los servicios integrales brindados por Pro mujer la cual permite el crecimiento socioeconómico de las mujeres de escasos recursos de la ciudad de Estelí.
- Dentro del contexto se identificó que los servicios que pro mujer brinda a las clientas son: crédito, capacitación y salud, los cuales forman elementos importantes e indispensables para una población de escasos recursos económicos.
- Pro mujer es una fuente de financiamiento que permite lograr los proyectos y sueños de muchas mujeres, ya que trabaja bajo la metodología de garantía solidaria, la cual la diferencia de las demás instituciones financieras.
- Las clientas forman e incrementan sus pequeños negocios que les ayude a proveer a sus familias el ingreso económico necesario para alimentarse, vestirse, educar a sus hijos, mejorar sus viviendas y por ende tener un crecimiento socioeconómico estable.
- A medida que van aumentando sus ciclos de créditos las clientas pueden ampliar sus inversiones en el negocio y proporcionar trabajos a terceras personas.
- A través de las capacitaciones que brinda la institución se forman mujeres autos sostenibles con actitudes y aptitudes positivas, que le den conocimientos técnicos de cómo manejar las finanzas, contabilidad y administración básica de sus negocios.
- Pro mujer insta a las mujeres, a tener conciencia de sus valores, fortalezas, derechos que muchas veces le son violentados, pero que



con el conocimiento que se les brindan los reconocen y dan a valerse como tal ante la familia y sociedad.

- El servicio salud constituye un elemento importante para la condición física de estas mujeres ya que logran detectar a tiempo muchas veces enfermedades que son mortales; mejoran sus condiciones de vidas a través de las capacitaciones de vidas sanas que les enseñan cómo alimentarse; incluyen temas de salud y reproducción sexual.
- Se determinó que una de las dificultades más relevante que interviene en el proceso para la adquisición de un crédito es el de que una mujer no pertenezca al mismo barrio o comunidad y no esté de acuerdo trabajar bajo la metodología de garantía solidaria.
- De acuerdo al planteamiento de hipótesis se comprobó la validación de las variables ya que con los estudios realizados se concluyó que los servicios que brinda Pro mujer permite el crecimiento socioeconómico de los pequeños negocios que son realizados por las clientas.
- Se planteó un plan de acción con el propósito de mejorar los servicios que brinda esta institución, logrando así la captación de nuevas clientas.



## VIII. RECOMENDACIONES

- Que Pro Mujer siga implementando estos tipos de servicios como son crédito, capacitación y salud ya que resulta un beneficio para el continuo crecimiento socioeconómico de las mujeres de escasos recursos.
- Crear nuevos tipos de crédito con el propósito de satisfacer una demanda por préstamos individuales, las cuales son clientas que no les gusta trabajar bajo la garantía solidaria ya que les gustaría trabajar con créditos individuales.
- Agilizar el proceso de la duración de reuniones de pagos porque el factor tiempo es un elemento esencial para las clientas ya que tienen negocios propios y no pueden demorar la atención a sus clientes.
- Promover con diferentes estrategias la revisión y chequeo básico de salud actual en las clientas para prever cualquier enfermedad.
- Mejorar la atención médica para que las clientas se sientan satisfechas con este tipo de servicio.
- Establecer un programa para la publicidad efectiva de dicha institución debida a que muchas mujeres no tienen el debido conocimiento de esta.



## IX. BIBLIOGRAFÍA

- BCN. (2004). *notas bcn*. Obtenido de notas bcn: [www.bcn.gob.ni/publicaciones/metodologias/.../notas/notas%20bcn.pdf](http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/metodologias/.../notas/notas%20bcn.pdf)
- BCN. (s.f.). *Banco Central de Nicaragua Capitulo 6 Sector Externo*. Recuperado el Martes de mayo de 2015, de Banco Central de Nicaragua Capitulo 6 Sector Externo: [www.bcn.gob.ni/publicaciones/metodologias/documentos/notas](http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/metodologias/documentos/notas)
- Definicion* . (2008). Recuperado el 08 de Abril de 2015, de Definicion de Plan de Accion: <http://definicion.de/plan-de-accion/>
- Empresarias de pro mujer, c. (26 de agosto de 2015). Crecimiento Socioeconómico. (G. B. Dayana López, Entrevistador) Estelí, Nicaragua.
- Espinoza., L. E. (20 de Septiembre de 2015). Dificultades para optar a un crédito. (G. R. Blandón, Entrevistador)
- Factores Productivos. (s.f.). *Factores de producción*. Recuperado el 17 de Junio de 2015, de Factores de producción: <http://www.eumed.net/cursecon/3/Factores.htm>
- FNI. (diciembre de 2009). *Asociacion Nicaraguense de Microfinanzas*. Recuperado el 2015, de Asociacion Nicaraguense de Microfinanzas: <http://cenida.una.edu.ni/relectronicos/RENE13Z25.pdf>
- J Lacayo. (1996). *MIPYME en Nicaragua*. Recuperado el 08 de Abril de 2015, de MIPYME en Nicaragua: <http://MIPYME en nicaragua, J, Lacayo>
- Jaramillo, C. F. (jueves de julio de 2013). Nicaragua es un pais ejemplar en crecimiento economico y areas sociales. (A. Mora, Entrevistador) 4.
- Jesús, R. G. (20 de Mayo de 2000). *Pobreza absoluta y crecimiento económico*. Recuperado el 05 de Junio de 2015, de Definicion de crecimiento económico.
- Ley 645. (Enero de 2008). *Nicaragua ley 645*. Obtenido de Nicaragua ley 645: [www.tramitesnicaragua.gob.ni/media/ley%20645.pdf](http://www.tramitesnicaragua.gob.ni/media/ley%20645.pdf)



Ley General de Bancos, Instituciones Financieras No Bancarias y Grupos Financieros. (s.f.). Ley General de Bancos, Instituciones Financieras No Bancarias y Grupos Financieros. *Ley General de Bancos, Instituciones Financieras No Bancarias y Grupos Financieros*. Managua, Nicaragua.

*Micro empresa*. (s.f.). Recuperado el 08 de Abril de 2015, de Micro empresa: <http://definicion.de/micro-empresa/#ixzz3Za2NuGUv>

Monterroso, L. E. (16 de junio de 2010). *Tipologías del servicio*. Recuperado el 17 de junio de 2015, de Tipologías del servicio: <http://www.unlu.edu.ar/~ope20156/pdf/servicios.pdf>

Pro mujer. (2014). Pro mujer. *Asociaciones Comuanles*, 3.

*Pro mujer Creating Opportunities*. (23 de Junio de 2014). Recuperado el 17 de Septiembre de 2015, de Pro mujer-Nicaragua: [promujer.org/español/que-hacemos/](http://promujer.org/español/que-hacemos/)

Rodrigo Urcuyo. (febrero de 2012). *Microfinanzas y Pequeñas y Medianas Empresas en Nicaragua*. Recuperado el 25 de mayo de 2015, de [http://www.bcn.gob.ni/estadisticas/estudios/2014/DT-21\\_Microfinanzas\\_y\\_pequenos\\_y\\_medianos\\_productores.pdf](http://www.bcn.gob.ni/estadisticas/estudios/2014/DT-21_Microfinanzas_y_pequenos_y_medianos_productores.pdf)

Salgado, L. D. (24 de Marzo de 2015). Servicios brindados por Pro mujer. (G. Blandon, Entrevistador) Estelí, Nicaragua.

Samuelson, P. A. (2005). *Economía* (Decimoctava ed.). (R. d. Alayon, Ed.) Mexico: Mcgraw- Hill interamericana.

Sandoval Talavera, D. E. (3 de Septiembre de 2015). Servicio salud Pro mujer. (G. Blandon, Entrevistador) Estelí, Nicaragua.

SIBOIF. (09 de Noviembre de 2001). *Norma prudencial sobre evaluacion y clasificacion de activos*. Recuperado el martes de mayo de 2015, de Norma prudencial sobre evaluacion y clasificacion de activos: [www.superintendencia.gob.ni/.../marco.../cd-sib-185-2-nov9-2001.pdf](http://www.superintendencia.gob.ni/.../marco.../cd-sib-185-2-nov9-2001.pdf)

Thompson, I. (Junio de 2009). *Clientes*. Recuperado el 23 de Marzo de 2015, de <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>



Universidad y Ciencia. (28 de octubre de 2013). Impacto en el crecimiento economico en Nicaragua con la promoción y tecnificación de las MYPIMES. Managua, Nicaragua.

Villaseñor, F. E. (2007). *Elementos de adminstracion de credito y cobranza* (cuarta edicion ed.). Mexico: trillas.

Wells, K. &. (2006). *Crecimineto económico-Fronteras de posibilidades de producción*.





## **X. ANEXOS**

**Anexo 1. Entrevista**

**Anexo 2. Encuesta**

**Anexo 3. Tablas de contingencia**

**Anexo 4. Fotos**

**Anexo 5. Cronograma**



## Anexo 1. Entrevista

### UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA

#### UNAN-MANAGUA



#### FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA

#### FAREM-ESTELÍ

*Somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Nacional Autónoma De Nicaragua UNAN-MANAGUA FAREM-ESTELÍ y queremos realizarle una entrevista para determinar los Aportes de los servicios brindados por Pro Mujer en el crecimiento socio-económico de las mujeres de escasos recursos de la ciudad de Estelí.*

Le agradecería mucho si fuera tan amable de atenderme un momento.

### I. Datos Generales

- 1.1. Nombre de la entrevistada o entrevistado.
- 1.2. Cargo que desempeña.
- 1.3. Tiempo de trabajar con Pro Mujer.

### II. Crédito

- 2.1. Servicios que ofrece Pro mujer
- 2.2. ¿Cuáles son las normas o requisitos para acceder a estos servicios?
- 2.3. ¿Cuáles son los objetivos del servicio de crédito en Pro Mujer?
- 2.4. ¿De dónde proceden los fondos para el financiamiento de crédito?
- 2.5. ¿Cuál es la tasa de interés de acuerdo al tipo de crédito?
- 2.6. ¿Cuál es el plazo de pago de los créditos?
- 2.7. Monto mínimo y máximo de los créditos.
- 2.8. ¿Qué tipos de créditos brinda Pro mujer?
- 2.9. Número de Asociaciones Comunales en la ciudad de Estelí.



### **III. La Institución**

- 3.1. ¿Con respecto a las otras instituciones micro financieras cuál es el elemento distintivo de Pro Mujer?
- 3.2. ¿Cuáles han sido los principales logros de Pro Mujer?
- 3.3. ¿Cuáles considera que son los principales problemas que enfrentan las mujeres socias de Pro Mujer?

### **IV. Capacitación**

- 4.1. ¿Cuáles son los objetivos del servicio de capacitación en Pro Mujer?
- 4.2. ¿En qué momento imparten la capacitación y cuáles son los temas que abordan?
- 4.3. ¿Cuáles son los ejes de capacitación?
- 4.4. ¿Cuáles han sido los mayores logros?
- 4.5. ¿Cómo valoran las socias este servicio?
- 4.6. ¿Qué tipo de indicadores se emplean para medir el impacto del servicio de capacitación?
- 4.7. ¿Cuál es el impacto del servicio de capacitación en las socias de Pro Mujer?

### **V. Servicios de Salud**

- 5.1. ¿Cuáles son los objetivos de los servicios de salud?
- 5.2. ¿Qué tipos de servicios se ofertan a las socias a través de esta área?
- 5.3. ¿Cuáles son las condiciones para tener acceso a servicios médicos?
- 5.4. ¿Cuáles han sido los principales logros?
- 5.5. ¿Cuáles han sido las mayores dificultades?
- 5.6. ¿Cómo valoran las socias este servicio?
- 5.7. ¿Qué tipo de indicadores se emplean para medir el impacto de los servicios de salud?
- 5.8. ¿Cuál es el impacto del servicio de salud en las socias de Pro Mujer?



Anexo 2: Encuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA

UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA

FAREM-ESTELÍ

*Somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-MANAGUA FAREM-ESTELÍ) y estamos realizando una encuesta acerca del impacto del crédito en las socias de Pro Mujer en el ámbito del negocio, y en las condiciones de vida del hogar.*

Le agradecería mucho si fuera tan amable de atenderme un momento.

Asesora \_\_\_\_\_ N° de Encuesta \_\_\_\_\_ Fecha \_\_\_\_\_

**I. Datos generales:**

1. Nombre de la Asociación Comunal: \_\_\_\_\_

2. Comunidad/Municipio donde vive: \_\_\_\_\_

3. Edad:

a) 18 a 25 años ( )

d) 46 a 60 años ( )

b) 26 a 35 años ( )

e) Más de 60 años ( )

c) 36 a 45 años ( )

4. Nivel académico

a) Ilustrada ( )

b) Sabe escribir, leer y contar ( )

c) Primaria incompleta ( )

d) Primaria completa ( )

e) Secundaria incompleta ( )

f) Secundaria completa ( )

g) Técnico medio ( )

h) Educación Superior ( )



5. Tiene hijos en edad escolar

a) Sí ( )

b) No ( )

6. Número de hijos/as en edad escolar (de 5 a 18 años): \_\_\_\_\_

7. ¿Cuántos de sus hijos/as en edad escolar asisten a la escuela actualmente?

## II. El crédito

8. ¿Para qué actividad ha utilizado el crédito de Pro Mujer?

a) Comercio ( )

b) Servicios (restaurante, comedor, peluquería, reparaciones, etc.) ( )

c) Producción /Industria (elaboración de ropa, elaboración de comida (nacatamal, panadería, etc.), elaboración de artesanías, entre otros.) ( )

d). Otros (especifique): \_\_\_\_\_

9. ¿Cuánto tiempo tienen de trabajar con Pro Mujer?

a) Menos de un año ( )

b) De 1 a 3 ( )

c) De 4 a 6 años ( )

d) Más de 6 años ( )

10. ¿Qué inversiones ha hecho al negocio producto del préstamo con Pro Mujer?

(SELECCIÓN MÚLTIPLE)

a) Compra de maquinaria y equipo ( )

b) Reparaciones o mejoras al local ( )

c) Compra de insumos o materiales ( )

d) Inicio de otra actividad económica ( )

e) Otros, especifique \_\_\_\_\_

11. ¿En la actualidad, cómo considera la situación de su negocio con relación a cuando inició el préstamo con Pro Mujer?

a) Igual ( )

b) Peor ( )

c) Mejor ( )

12. ¿En qué se ven las mejoras de su negocio? (SELECCIÓN MÚLTIPLE)

a) Más ventas ( )

b) Mayor margen de ganancia ( )

c) Diversificación de la actividad ( )



- d) Mayores inversiones en el negocio ( )
- e) Inversiones a la casa ( )
- f) Otro, especifique \_\_\_\_\_

13. ¿A qué deben las mejoras en el negocio? (SELECCIÓN MÚLTIPLE)

- a) Crédito con Pro Mujer ( )
- b) Aumento de las ventas ( )
- c) A la temporada ( )
- d) Apoyo de otros ingresos ( )
- e) Otro, especifique \_\_\_\_\_

14. ¿Ha realizado alguna mejora a su vivienda durante el último año?

- a) Sí ( )
- b) No ( )

15. ¿En la actualidad, ha mejorado el ingreso familiar producto de la situación del negocio con apoyo del crédito otorgado?

- a) Sí ( )
- b) No ( )

**III. Valoración de los servicios de Pro mujer (crédito, capacitación, y salud):**

16. ¿Qué es lo que más le gusta del servicio de crédito que recibe? (SELECCIÓN MULTIPLE)

- a) Los montos de crédito ( )
- b) La atención de su personal ( )
- c) El servicio de ahorro ( )
- d) La garantía solidaria ( )
- f) El plazo ( )
- g) Disponibilidad del préstamo ( )
- h) El tiempo que toma la recapitalización (rapidez del desembolso) ( )
- i) Otro, especifique \_\_\_\_\_

17. ¿Qué es lo que menos le gusta del servicio de crédito que recibe? (SELECCIÓN MULTIPLE)

- a) Los intereses ( )



- b) Pagar por otras socias ( )
- c) No poder acceder a montos de crédito muy altos ( )
- d) La duración de las reuniones ( )
- e) El tiempo que toman los desembolsos ( )
- f) El trato de las promotoras ( )
- g) La garantía solidaria ( )
- h) El plazo ( )
- i) Otro, especifique \_\_\_\_\_
- j) Todo me gusta ( )

18. ¿Cómo considera la capacitación que le brinda Pro Mujer (en crédito, salud, y desarrollo empresarial)

- a) Buena ( )
- b) Mala ( )
- c) Regular ( )

19. ¿Qué opina de los servicios de salud o consultas médicas que ofrece Pro Mujer?

- a) Bueno ( )
- b) Malo ( )
- c) Regular ( )

#### IV. Empoderamiento

20. ¿Considera que su familia valora su trabajo?

- a) Sí ( )
- b) No ( )

21. ¿Considera que usted es importante para la familia?

- a) Sí. ( )
- b) No ( )

“Agradecemos su tiempo y colaboración. Será de gran utilidad para mejorar la calidad de los servicios que ofrece la institución”.



### Anexo 3. Tablas de frecuencias

Tabla No. 1

Para qué actividad ha utilizado el crédito de Pro mujer					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Comercio	90	46.4	46.4	46.4
	Servicios	37	19.1	19.1	65.5
	Producción	66	34.0	34.0	99.5
	Otros (especifique)	1	.5	.5	100.0
	Total	194	100.0	100.0	

Tabla No.2

Qué inversiones ha hecho al negocio producto del préstamo con Pro mujer					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Compra de maquinaria y equipo	31	16.0	16.0	16.0
	Reparaciones o mejoras al local	29	14.9	14.9	30.9
	Compra de insumos o materiales	118	60.8	60.8	91.8
	Inicio de otra actividad económica	1	.5	.5	92.3
	Compra de maquinaria, equipo. insumos y materiales	15	7.7	7.7	100.0
	Total	194	100.0	100.0	





Tabla No.3

Ha realizado alguna mejora a su vivienda durante el último año					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	81	41.8	41.8	41.8
	No	113	58.2	58.2	100.0
	Total	194	100.0	100.0	

Tabla No. 4

Tiene hijos en edad escolar					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	128	66.0	66.0	66.0
	No	66	34.0	34.0	100.0
	Total	194	100.0	100.0	

Tabla No. 5

Nivel académico					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Iletrada	5	2.6	2.6	2.6
	Sabe escribir, leer y contar	18	9.3	9.3	11.9
	Primaria incompleta	27	13.9	13.9	25.8
	Primaria completa	26	13.4	13.4	39.2
	Secundaria incompleta	43	22.2	22.2	61.3
	Secundaria completa	42	21.6	21.6	83.0
	Técnico medio	16	8.2	8.2	91.2
	Educación superior	17	8.8	8.8	100.0
	Total	194	100.0	100.0	



Tabla No. 6

Tiene hijos en edad escolar					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	128	66.0	66.0	66.0
	No	66	34.0	34.0	100.0
	Total	194	100.0	100.0	

Tabla No. 7

No de hijos en edad escolar (de 5 a 18 años)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0	5	2.6	4.0	4.0
	1	64	33.0	51.2	55.2
	2	48	24.7	38.4	93.6
	3	6	3.1	4.8	98.4
	4	2	1.0	1.6	100.0
	Total	125	64.4	100.0	
Perdidos	Sistema	69	35.6		
Total		194	100.0		

Tabla No. 8

Cuantos hijos tiene en la universidad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0	1	.5	2.2	2.2
	1	39	20.1	86.7	88.9
	2	4	2.1	8.9	97.8
	3	1	.5	2.2	100.0
	Total	45	23.2	100.0	
Perdidos	Sistema	149	76.8		
Total		194	100.0		



**Tabla No. 9**

Ha mejorado el ingreso familiar producto de la situación del negocio con apoyo del crédito otorgado					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	176	90.7	90.7	90.7
	No	18	9.3	9.3	100.0
	Total	194	100.0	100.0	

**Tabla No. 10**

A qué deben las mejoras en el negocio					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Crédito con Pro mujer	42	21.6	23.5	23.5
	Aumento de las ventas	22	11.3	12.3	35.8
	A la temporada	7	3.6	3.9	39.7
	Apoyo de otros ingresos	6	3.1	3.4	43.0
	Crédito con Pro mujer y aumento de las ventas	83	42.8	46.4	89.4
	Crédito con Pro mujer y a la temporada	19	9.8	10.6	100.0
	Total	179	92.3	100.0	
Perdidos	Sistema	15	7.7		
Total		194	100.0		



**Tabla No.11**

Cómo considera la capacitación que brinda Pro mujer					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bueno	186	95.9	95.9	95.9
	Regular	8	4.1	4.1	100.0
	Total	194	100.0	100.0	

**Tabla No.12**

Nombre de la Asociación Comunal					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mujeres Emprendedoras	10	5.2	5.2	5.2
	El Poder de Dios	16	8.2	8.2	13.4
	Luchando Por Nuestro futuro	18	9.3	9.3	22.7
	Las Cenicientas	10	5.2	5.2	27.8
	Enmanuel	9	4.6	4.6	32.5
	Las Perlas	10	5.2	5.2	37.6
	Esfuerzo y Unidad	16	8.2	8.2	45.9
	La Ilusión	10	5.2	5.2	51.0
	Mar Azul	6	3.1	3.1	54.1
	16 de Julio	9	4.6	4.6	58.8
	Bosques de Lirios	16	8.2	8.2	67.0
	Puertas del Cielo	12	6.2	6.2	73.2
	Poza Azul	14	7.2	7.2	80.4
	Mujeres de Esfuerzo	11	5.7	5.7	86.1
	Fénix	8	4.1	4.1	90.2
	El Brujito	10	5.2	5.2	95.4
	Fe en Dios	9	4.6	4.6	100.0
	Total	194	100.0	100.0	



**Tabla No.13**

Comunidad/municipio donde vive					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Estelí	118	60.8	60.8	60.8
	El Regadío	45	23.2	23.2	84.0
	La Montañita	20	10.3	10.3	94.3
	La Thompson	11	5.7	5.7	100.0
	Total	194	100.0	100.0	

**Tabla No.14**

Edad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	18 a 25 años	37	19.1	19.1	19.1
	26 a 35 años	40	20.6	20.6	39.7
	36 a 45 años	55	28.4	28.4	68.0
	46 a 60 años	53	27.3	27.3	95.4
	más de 60 años	9	4.6	4.6	100.0
	Total	194	100.0	100.0	

**Tabla No.15**

Considera que su familia valora su trabajo					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	194	100.0	100.0	100.0



Tabla No.16

Qué es lo que menos le gusta del servicio de crédito que recibe					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Los intereses	23	11.9	11.9	11.9
	Pagar por otras socias	105	54.1	54.1	66.0
	No poder acceder a montos de créditos muy altos	1	.5	.5	66.5
	La duración de las reuniones	6	3.1	3.1	69.6
	El tiempo que toman los desembolsos	4	2.1	2.1	71.6
	La garantía solidaria	1	.5	.5	72.2
	El plazo	3	1.5	1.5	73.7
	Todo me gusta	51	26.3	26.3	100.0
	Total	194	100.0	100.0	

Tabla No.17

Cuanto tiempo tiene de trabajar con Pro mujer					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Menos de un año	31	16.0	16.0	16.0
	De 1 a 3 años	122	62.9	62.9	78.9
	De 4 a 6 años	41	21.1	21.1	100.0
	Total	194	100.0	100.0	



Tabla No.18

Qué opina de los servicios de salud o consultas médicas que ofrece Pro mujer					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bueno	158	81.4	81.4	81.4
	Malo	2	1.0	1.0	82.5
	Regular	34	17.5	17.5	100.0
	Total	194	100.0	100.0	

Tabla No.19

Qué es lo que más le gusta del servicio de crédito que recibe					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Los montos de crédito	9	4.6	4.7	4.7
	La atención de su personal	18	9.3	9.3	14.0
	El servicio de ahorro	24	12.4	12.4	26.4
	La garantía solidaria	17	8.8	8.8	35.2
	El plazo	9	4.6	4.7	39.9
	Disponibilidad del préstamo	18	9.3	9.3	49.2
	El tiempo que toma la recapitalización	3	1.5	1.6	50.8
	Los montos de crédito y la atención de su personal	31	16.0	16.1	66.8
	Los montos de crédito y el servicio de ahorro	6	3.1	3.1	69.9



	Los montos de crédito y disponibilidad del préstamo	19	9.8	9.8	79.8
	La atención del personal y disponibilidad del préstamo	21	10.8	10.9	90.7
	El servicio de ahorro y disponibilidad del préstamo	18	9.3	9.3	100.0
	Total	193	99.5	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.5		
Total		194	100.0		



**Anexo No 5. Fotos**

**Asociaciones comunales y lugar donde se aplicó encuesta**

**El Regadío**

**AC Mujeres emprendedoras**

Asesora de crédito: Ana Elizabeth Lanzas.



**Tomada por:** Geyselle Rakel Centeno Blandón.

## Estelí

### AC Las Cenicientas

Asesora de crédito: Ana Elizabeth Lanzas.

Clientas en sus negocios



Tomada por: Geyselle Rakel Centeno Blandón.

Estelí

AC Esfuerzo y unidad

Asesora de crédito: Ana Elizabeth Lanzas.



Tomada por: Geyselle Rakel Centeno Blandón.



Estelí

AC El Brujito

Asesora de crédito: Eveling del Rosario Pérez.



Tomada por: Geyselle Rakel Centeno Blandón.

**Estelí**

**AC Fe en Dios**

Asesora de crédito: Eveling del Rosario Pérez.



**La Thompson**

**AC Mujeres de Esfuerzo**


Asesora de crédito: Eveling del Rosario Pérez.



**Tomada por:** Geyselle Rakel Centeno Blandón.



## Anexo No 6. Cronograma de Actividades

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA			
UNAN – MANAGUA			
FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA			
FAREM – ESTELI			
Cronograma de Actividades			
Tema de Investigación: ‘Aportes de los servicios brindados por Pro Mujer en el crecimiento socio-económico de las mujeres de escasos recursos de la ciudad de Estelí, durante el primer semestre de 2015``.			
Duración de la Investigación: I semestre 2015			
Nº	Actividad	Fecha	Integrantes
1	Selección del tema	21/03/2015	Geyselle, Jirsing y Kandyie
2	Corrección del tema	28/03/2015	Geyselle, Jirsing y Kandyie
3	Redacción de Antecedentes, justificación	04/04/2015	Geyselle, Jirsing y Kandyie
4	Elaboración de planteamiento del problema	15/04/2015	Geyselle, Jirsing y Kandyie
5	Elaboración de Objetivos y preguntas problemas	18/04/2015	Geyselle, Jirsing y Kandyie
6	Construcción del marco teórico	25/04/2015	Geyselle, Jirsing
7	Planteamiento de Hipótesis	04/05/2015	Geyselle, Jirsing
8	Cuadro de Operacionalización	10/05/2015	Geyselle, Jirsing
9	Elaboración de diseño metodológico	18/05/2015	Geyselle, Jirsing
10	Elaboración de instrumentos	05/06/2015	Geyselle, Jirsing y Kandyie
11	Aplicación de instrumentos	18/08/2015- 29/09/2015	Geyselle, Jirsing
12	Procesamiento de datos	20/09/2015- 30/09/2015	Geyselle, Jirsing
13	Corrección de recomendaciones	25/09/2015	Geyselle, Jirsing
14	Análisis de los resultados	28/09/2015- 24/11/2015	Geyselle, Jirsing



15	Elaboración de conclusiones y recomendaciones	26/11/2015	Geyselle, Jirsing
16	Elaboración de agradecimiento y dedicatoria	26/11/2015	Geyselle, Jirsing
17	Revisión final del trabajo	26/11/2015	Geyselle, Jirsing